



ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้โซเชียลมีเดียในการสื่อสาร
ภายในองค์กรของข้าราชการกองทัพอากาศ



วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตาม
หลักสูตรสารสนเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีสื่อสาร
วิทยาลัยนวัตกรรมดิจิทัลเทคโนโลยี

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรังสิต

ปีการศึกษา 2567



**CAUSAL FACTORS INFLUENCING SOCIAL MEDIA USAGE BEHAVIORS
IN INTERNAL COMMUNICATIONS OF THE ROYAL THAI
AIR FORCE OFFICER**

BY

LEADING AIRCRAFTMAN AMONADA PHUTONG

A THESIS SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT

OF THE REQUIREMENTS FOR

THE DEGREE OF MASTER OF INFORMATION SCIENCE

IN SOCIAL MEDIA TECHNOLOGY

COLLEGE OF DIGITAL INNOVATION TECHNOGY

GRADUATE SCHOOL, RANGSIT UNIVERSITY

ACADEMIC YEAR 2024

วิทยานิพนธ์เรื่อง

ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้โซเชียลมีเดียในการสื่อสาร
ภายในองค์กรของข้าราชการกองทัพอากาศ

โดย

จ่าอากาศตรีหญิง อมลณดา ภูทอง

ได้รับการพิจารณาให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาสาขาสถาปัตยกรรมศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีสื่อสังคม

มหาวิทยาลัยรังสิต

ปีการศึกษา 2567

รศ.ดร.ปริญญา สวางนศักดิ์
ประธานกรรมการสอบ

ผศ.ดร.สมชาย เล็กเจริญ
กรรมการ

ผศ.ดร.สุมาลย์ ปานคำ
กรรมการและอาจารย์ที่ปรึกษา

บัณฑิตวิทยาลัยรับรองแล้ว

(ศ.ดร.สัจจิตต์ เพ็ชรประสาน)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

5 กรกฎาคม 2567

Thesis entitled

**CAUSAL FACTORS INFLUENCING SOCIAL MEDIA USAGE BEHAVIORS IN
INTERNAL COMMUNICATIONS OF THE ROYAL THAI
AIR FORCE OFFICER**

by

LEADING AIRCRAFTMAN AMONADA PHUTONG

was submitted in partial fulfillment of the requirements
for the degree of Master of Information Science in Social Media Technology

Rangsit University
Academic Year 2024

Assoc.Prof. Parinya Sanguansat, Ph.D.
Examination Committee Chairperson

Asst.Prof. Somchai Lekcharoen, Ph.D.
Member

Asst.Prof. Sumaman Pankham, Ph.D.
Member and Advisor

Approved by Graduate School

(Prof. Suejit Pechprasarn, Ph.D.)

Dean of Graduate School

July 5, 2024

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สามารถสำเร็จลงไปได้ด้วยดีด้วยความกรุณาอย่างสูงจากอาจารย์ที่ปรึกษา ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุมาลย์ ปานคำ ที่ได้ให้คำแนะนำเสนอข้อคิดเห็นถึงประเด็นต่าง ๆ ในการศึกษา และชี้แนวทางในการแก้ปัญหา การค้นคว้าหาข้อมูล รวมทั้งตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่อง ให้มีความสมบูรณ์ ด้วยความเอาใจใส่ ซึ่งนับเป็นส่วนสำคัญอย่างยิ่งในความสำเร็จครั้งนี้ ขอขอบพระคุณด้วยความเคารพอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สมชาย เล็กเจริญ ที่ได้ให้คำแนะนำ ตรวจสอบแก้ไข ตรวจสอบความถูกต้อง อีกทั้งยังให้ข้อคิดเห็นต่าง ๆ พร้อมทั้งให้กำลังใจจนทำให้งานวิจัยครั้งนี้สำเร็จลงได้ด้วยดี

ขอขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร.ปริญญา สงวนสัตย์ ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ที่ได้กรุณาชี้แนะแนวทางและคำแนะนำ ตลอดจนข้อสังเกตต่าง ๆ ทำให้ผู้วิจัยได้พัฒนาแนวความคิด และไตร่ตรองปัญหาต่าง ๆ ได้อย่างรอบคอบมากยิ่งขึ้น

ขอขอบพระคุณผู้เชี่ยวชาญทุกท่านที่ได้กรุณาเสียสละเวลาอันมีค่ายิ่งเพื่อตรวจสอบให้ข้อเสนอแนะในการตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

ขอขอบพระคุณคณาจารย์ต่าง ๆ ที่ผู้วิจัยมิได้เอ่ยนาม ที่ได้อบรมสั่งสอนให้ความรู้ทางด้านวิชาการแก่ผู้วิจัย รวมทั้งได้แต่งตำราให้ผู้วิจัยได้ใช้ค้นคว้า อ้างอิง จนทำให้งานวิจัยชิ้นนี้สำเร็จลงได้

ขอขอบคุณกำลังใจจากคุณพ่อที่มองดูอยู่บนฟ้า ขอขอบคุณ พ.อ.อ. ศิลาพงษ์ ทองเฉลิม ที่เข้ามาคอยสนับสนุนทุกด้าน และขอขอบคุณพี่ ๆ เพื่อน ๆ น้อง ๆ ปริญญาโท สาขาวิชาเทคโนโลยีสื่อสารคม วิทยาลัยนวัตกรรมการดิจิทัลเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยรังสิต ปีการศึกษา 2565 รุ่นที่ 13 ทุกคน ที่เป็นกำลังใจ คอยช่วยเหลือ และสนับสนุนส่งเสริมในทุก ๆ ด้านแก่ผู้วิจัยตั้งแต่เริ่มต้นจนทำให้งานวิจัยครั้งนี้สำเร็จลงได้ด้วยดี

จำอากาศตรีหญิง อมลธดา ภูทอง
ผู้วิจัย

6508021 : จำอากาศรีหญิง อมลณดา ภูทอง
 ชื่อวิทยานิพนธ์ : ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้โซเชียลมีเดียในการสื่อสารภายในองค์กรของข้าราชการกองทัพอากาศ
 หลักสูตร : สารสนเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีสื่อสารสังคม
 อาจารย์ที่ปรึกษา : ผศ.ดร.สุมาลย์ ปานคำ

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อพัฒนาและตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุพฤติกรรมการใช้โซเชียลมีเดียในการสื่อสารภายในองค์กรของข้าราชการกองทัพอากาศ และ 2) เพื่อศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้โซเชียลมีเดียในการสื่อสารภายในองค์กรของข้าราชการกองทัพอากาศ รูปแบบการวิจัยเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่าง คือ ข้าราชการกองทัพอากาศที่ใช้โซเชียลมีเดียในการสื่อสารในองค์กร จำนวน 295 คน ใช้วิธีคัดเลือกแบบการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถามออนไลน์ สถิติสำหรับใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติอ้างอิง ผลการวิจัยพบว่า โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุที่พัฒนาขึ้น ประกอบด้วย 6 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) ด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพ 2) ด้านความคาดหวังในการใช้งาน 3) ด้านอิทธิพลทางสังคม 4) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน 5) ด้านความตั้งใจใช้งาน และ 6) ด้านพฤติกรรมการใช้งาน สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์เป็นอย่างดี โดยพิจารณาจากค่า $CMIN = 141.071$, ค่า $df = 82$, ค่า $CMIN/df = 1.72$, ค่า $GFI = 0.95$, ค่า $AGFI = 0.90$, ค่า $SRMR = 0.04$, ค่า $RMSEA = 0.05$ และค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ = 0.62 ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวก มีอิทธิพลทางตรงต่อพฤติกรรมการใช้งานโซเชียลมีเดียในการสื่อสารภายในองค์กรของข้าราชการกองทัพอากาศมากที่สุด ซึ่งสามารถนำไปเป็นแนวทางในการวางกลยุทธ์ การจัดอุปกรณ์ที่จำเป็นสำหรับการใช้งาน ก่อให้เกิดพฤติกรรมการใช้โซเชียลมีเดียในการสื่อสารภายในองค์กรของข้าราชการกองทัพอากาศอย่างมีประสิทธิภาพ

(วิทยานิพนธ์มีจำนวนทั้งสิ้น 92 หน้า)

คำสำคัญ: ปัจจัยเชิงสาเหตุ, พฤติกรรมการใช้งาน, โซเชียลมีเดีย

6508021 : Leading Aircraftman Amonada Phutong
 Thesis Title : Causal Factors Influencing Social Media Usage Behaviors in Internal Communications of The Royal Thai Air Force Officer
 Program : Master of Information Science in Social Media Technology
 Thesis Advisor : Asst.Prof. Sumaman Pankham, Ph.D.

Abstract

The objectives of this research are: (1) to develop and examine the consistency of the causal relationship model of social media usage behavior in internal communication within the Royal Thai Air Force organization, and (2) to study the causal factors influencing the behavior of social media usage in internal communication within the Royal Thai Air Force organization. The research methodology employed a quantitative approach with a sample group consisting of 295 Royal Thai Air Force personnel who use social media for communication within the organization. Simple random sampling was used to select the sample group. The research instrument utilized an online questionnaire, and statistical analysis included descriptive statistics and correlation analysis. The research findings revealed that the causal relationship model developed comprised six components: (1) performance expectancy, (2) effort expectancy, (3) social influence, (4) facilitating conditions, (5) intention to use, and (6) usage behavior. The model aligned well with the observational data, with consideration given to the following statistical values: CMIN = 141.071, df = 82, CMIN/df = 1.72, GFI = 0.95, AGFI = 0.90, SRMR = 0.04, RMSEA = 0.05, and predictive capability = 0.62. The factor of facilitating conditions had the most significant direct influence on social media usage behavior in internal communication within the Royal Thai Air Force organization. These findings can serve as guidelines for formulating effective strategies and providing necessary equipment to promote efficient social media usage behavior in internal communication within the Royal Thai Air Force organization.

(Total 92 pages)

Keywords: Casual Factors, The Behavior of Usage, Social Media

Student's Signature Thesis Advisor's Signature

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ข
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ค
สารบัญ	ง
สารบัญตาราง	ฉ
สารบัญรูป	ช
บทที่ 1	บทนำ
	1
	1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา
	1
	1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย
	4
	1.3 กรอบแนวคิดในการวิจัย
	4
	1.4 ขอบเขตของการวิจัย
	5
	1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ
	6
	1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ
	7
บทที่ 2	ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง / ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง
	8
	2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความคาดหวังในประสิทธิภาพ (Performance Expectancy)
	8
	2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความคาดหวังในการใช้งาน (Effort Expectancy)
	9
	2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับอิทธิพลทางสังคม (Social Influence)
	10
	2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน (Facilitating Conditions)
	10
	2.5 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความตั้งใจใช้งาน (Intention)
	12
	2.6 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้งาน (Use Behavior)
	13
	2.7 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับ โมเดลสมการโครงสร้าง
	13
	2.8 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
	16

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 3	21
ระเบียบวิธีการวิจัย	
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	21
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	22
3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล	25
3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล	25
บทที่ 4	30
ผลการวิจัย	
4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้น	31
4.2 ผลการวิเคราะห์ห้วงค์ประกอบเชิงยืนยันและโมเดลความสัมพันธ์เชิง	44
สาเหตุโดยใช้วิธีการวิเคราะห์เทคนิคสมการ โครงสร้างเพื่อหาเส้นทาง	
อิทธิพลเชิงสาเหตุของตัวแปร	
บทที่ 5	58
สรุปผลและข้อเสนอแนะ	
5.1 สรุปผลการวิจัย	59
5.2 อภิปรายผลการวิจัย	63
5.3 ข้อเสนอแนะ	65
บรรณานุกรม	67
ภาคผนวก	72
ภาคผนวก ก เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	73
ภาคผนวก ข ค่าดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย	84
ภาคผนวก ค เอกสารยืนยันการยกเว้นการรับรองโดยคณะกรรมการจริยธรรม	90
การวิจัยในคน	
ประวัติผู้วิจัย	92

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
3.1	ค่าสถิติที่ใช้ทดสอบความสอดคล้องและความกลมกลืน โมเดล	26
4.1	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม	31
4.2	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความเบ้ ความโด่ง และความหมายของด้าน ความคาดหวังในประสิทธิภาพ (Performance Expectancy)	34
4.3	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความเบ้ ความโด่ง และความหมายของด้าน ความคาดหวังในการใช้งาน (Effort Expectancy)	35
4.4	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความเบ้ ความโด่ง และความหมายของ ด้านอิทธิพลทางสังคม (Social Influence)	36
4.5	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความเบ้ ความโด่ง และความหมายของด้าน สิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน (Facilitating Conditions)	36
4.6	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความเบ้ ความโด่ง และความหมายของด้าน ความตั้งใจใช้งาน (Intention)	37
4.7	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความเบ้ ความโด่ง และความหมายของ ด้านพฤติกรรมการใช้งาน (Use Behavior)	38
4.8	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้	40
4.9	ตัวแปรแฝง และตัวแปรสังเกตได้	44
4.10	น้ำหนักปัจจัยต่อตัวแปรแฝงด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพ	46
4.11	น้ำหนักปัจจัยต่อตัวแปรแฝงด้านความคาดหวังในการใช้งาน	48
4.12	น้ำหนักปัจจัยต่อตัวแปรแฝงด้านอิทธิพลทางสังคม	49
4.13	น้ำหนักปัจจัยต่อตัวแปรแฝงด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน	51
4.14	น้ำหนักปัจจัยต่อตัวแปรแฝงด้านความตั้งใจใช้งาน	52
4.15	น้ำหนักปัจจัยต่อตัวแปรแฝงด้านพฤติกรรมการใช้งาน	54
4.16	ค่าสถิติความสอดคล้องจากการวิเคราะห์สมการ โครงสร้าง	55
4.17	แสดงค่าอิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อม และอิทธิพลรวมของปัจจัยเชิง สาเหตุที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้โซเชียลมีเดียในการสื่อสารภายในองค์กร ของข้าราชการกองทัพอากาศ	56

สารบัญรูป

รูปที่		หน้า
1.1	ภาพผลสำรวจชั่วโมงการใช้อินเทอร์เน็ตของคนไทย ปี 2563	2
1.2	10 แอปพลิเคชัน ที่มีการเข้าใช้งานผ่านสมาร์ทโฟน แอนดรอยด์ มากที่สุด	2
1.3	กรอบแนวคิดในการวิจัย	5
4.1	โมเดลวัดอิทธิพลด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพ	46
4.2	โมเดลวัดอิทธิพลด้านความคาดหวังในการใช้งาน	47
4.3	โมเดลวัดอิทธิพลด้านอิทธิพลทางสังคม	49
4.4	โมเดลวัดอิทธิพลด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน	50
4.5	โมเดลวัดอิทธิพลด้านความตั้งใจใช้งาน	52
4.6	โมเดลวัดอิทธิพลด้านพฤติกรรมการใช้งาน	53
4.7	ผลการวิเคราะห์โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุพฤติกรรมการใช้โซเชียลมีเดียในการสื่อสารภายในองค์กรของข้าราชการกองทัพอากาศ	56
4.8	โมเดลวัดอิทธิพลด้านอิทธิพลทางสังคม	49
4.9	โมเดลวัดอิทธิพลด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน	50
4.10	โมเดลวัดอิทธิพลด้านความตั้งใจใช้งาน	52

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

โลกในปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วทำให้เกิดผลกระทบต่อการดำรงชีวิตของคน ทั้งเศรษฐกิจ สังคม การเมือง วัฒนธรรมและค่านิยมต่าง ๆ ด้วยสภาพการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ตลอดจนการพัฒนาเทคโนโลยีใหม่ ๆ เพื่อความก้าวหน้าของโลกเรานั้น ส่งผลต่อการสื่อสารของคนในสังคม เครื่องมือในการสื่อสารได้พัฒนาอย่างรวดเร็วเกิดความสะดวกมากยิ่งขึ้นตัวอย่างเช่น เครื่องคอมพิวเตอร์ โทรศัพท์มือถือ และแท็บเล็ต (Tablet) ด้วยความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีทำให้ การสื่อสารแบบเผชิญหน้า (Face to Face Communication) ระหว่างผู้ส่งสาร และผู้รับสารที่มีต่อกัน น้อยลง แต่ใช้เครื่องมือในการสื่อสารเข้ามาแทนทำให้การสื่อสารเป็นเรื่องง่ายในปัจจุบันไม่ว่าจะอยู่ ห่างไกลแค่ไหนก็สามารถพูดคุยและสื่อสารได้อย่างไร้พรมแดน (ธีรพร สิริวันต์, 2559)

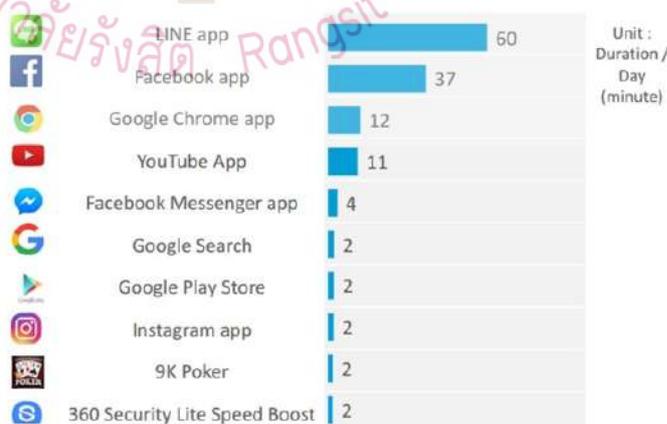
สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน) (ETDA) เผยผลการสำรวจ พฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปีพ.ศ. 2563 ผู้ตอบแบบสำรวจฯ ใช้อินเทอร์เน็ตเฉลี่ย วันละ 11 ชั่วโมง 25 นาที ในปี 2563 เพิ่มขึ้นจากปี 2562 ถึง 1 ชั่วโมง 3 นาที โดยปีแรกที่ ETDA เริ่มทำผลสำรวจ คือ ปี 2556 คนไทยใช้เน็ตเฉลี่ยเพียงวันละ 4 ชั่วโมง 36 นาทีเท่านั้น คิดเป็นอัตราการเติบโตที่เพิ่มขึ้นถึง 3 เท่าตัว เมื่อแบ่งตามเจนเนอเรชัน พบว่า กลุ่ม Gen Y (อายุ 20-39 ปี) มีการใช้ อินเทอร์เน็ตมากที่สุดอยู่ที่ 12 ชั่วโมง 26 นาที รองลงมาคือ Gen Z (อายุน้อยกว่า 20 ปี) จำนวน 12 ชั่วโมง 8 นาที ขณะที่กลุ่ม Gen X (อายุ 40-55 ปี) จำนวน 10 ชั่วโมง 20 นาที ส่วน Baby Boomer (อายุ 56-74 ปี) มีการใช้อินเทอร์เน็ตอยู่ที่ 8 ชั่วโมง 41 นาที ตามลำดับ (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์, 2563)



รูปที่ 1.1 ภาพผลสำรวจชั่วโมงการใช้อินเทอร์เน็ตของคนไทย ปี 2563
ที่มา: สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์, 2563

ผลสำรวจของ Nielsen พบว่า คนไทยใช้เวลาเฉลี่ยบนสมาร์ตโฟนสูงถึง 234 นาทีต่อวัน โดย 1 ใน 3 ของเวลาการใช้งานถูกใช้บนแอปพลิเคชันไลน์ ในปัจจุบันแอปพลิเคชันไลน์เป็นแอปพลิเคชันที่สร้างเครือข่ายการสื่อสารได้ทั้งระหว่างบุคคล แบบกลุ่ม แบบองค์กร โดยไม่ต้องเสียค่าบริการ ซึ่งสามารถใช้ในการติดต่อสื่อสารกันได้ง่าย และ สะดวกสบายมากกว่าการใช้โทรศัพท์ และ โทรศัพท์มือถือ ทำให้บุคลากรในองค์กรต่าง ๆ สนใจใช้แอปพลิเคชันไลน์ในการติดต่อสื่อสาร และบริหารงานภายในองค์กรมากขึ้น (Nielsen Informate Mobile Insight, 2016)

TOP 10 APPS BY ENGAGEMENT



รูปที่ 1.2 10 แอปพลิเคชัน ที่มีการใช้งานผ่านสมาร์ตโฟน แอนดรอยด์ มากที่สุด
ที่มา: Nielsen Informate Mobile Insight, 2016

ปัจจุบันเมื่อเข้าสู่ยุคเทคโนโลยีที่มีเครือข่ายอินเทอร์เน็ต การสื่อสารทางไกลผ่านอีเมลได้เข้ามาเป็นช่องทางการสื่อสารหลักในการปฏิบัติงานระดับธุรกิจองค์กร ซึ่งในปัจจุบันเทคโนโลยีก้าวหน้าไปอีกขั้น การเปลี่ยนแปลงที่มีอยู่ตลอดเวลาทำให้การทำงาน สามารถทำได้ทุกที่และทุกเวลา สมาร์ทโฟน (Smartphone) และ แอปพลิเคชัน (Application) การสื่อสารบนสมาร์ตโฟนจึงเข้ามามีบทบาทและเป็นช่องทางในการติดต่อสื่อสารกันในระดับองค์กรเพื่อให้ได้รับข้อมูลข่าวสารและการติดต่อกันได้อย่างตลอดเวลาและทันต่อความต้องการ (Real-time) โดยแอปพลิเคชัน (Application) ที่สร้างขึ้นมาเพื่อการติดต่อสื่อสารที่ได้รับความนิยมและได้รับความนิยมนในปัจจุบันในประเทศไทย คือ แอปพลิเคชันไลน์ (ธีรพร สิริวันต์, 2559)

โปรแกรมไลน์ (Line Application) เป็น แอปพลิเคชันที่ผสมผสานบริการการสนทนาผ่านข้อความ (Messaging) และ Voice Over IP นำมาผนวกเข้าด้วยกันจึงทำให้เกิดเป็นแอปพลิเคชันที่สามารถแชท สร้างกลุ่ม ส่งข้อความ โฟสต์รูปต่าง ๆ หรือโทรคุยกันแบบเสียงก็ได้ โดยข้อมูลทั้งหมดไม่ต้องเสียค่าใช้จ่าย หากเราใช้งานโทรศัพท์ที่มีแฟลชไดรฟ์ในตัวอยู่แล้ว แล้วยังสามารถใช้งานร่วมกันระหว่างระบบปฏิบัติการ iOS และระบบปฏิบัติการ Android รวมทั้งระบบปฏิบัติการอื่น ๆ ได้อีกด้วย สถิติการใช้โปรแกรมไลน์ในปัจจุบันจากการรายงานของ ไลน์ คอร์ปอเรชัน ผู้พัฒนาแพลตฟอร์มบนโทรศัพท์มือถือชั้นนำของโลกเปิดเผยว่า ปัจจุบัน ไลน์ มีจำนวนผู้ใช้ 560 ล้านคนทั่วโลก อันดับ 1 ญี่ปุ่น 54 ล้านคน อันดับ 2 ไทย 33 ล้านคน อันดับ 3 อินโดนีเซีย 30 ล้านคน อันดับ 4 สหรัฐอเมริกา 25 ล้าน อันดับ 5 สเปนและเม็กซิโก 18 ล้านคนเท่ากัน และมียอดจำนวนผู้ใช้ประจำทุกเดือน (MAU) ทั้งหมด 170 ล้านทั่วโลก (ธีรพร สิริวันต์, 2559)

แผนแม่บทเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารกองทัพอากาศในอดีตที่ผ่านมา จากการวิเคราะห์สถานะแวดล้อม จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและภัยคุกคาม ในระบบสารสนเทศ โครงสร้างพื้นฐาน บุคลากร และการขับเคลื่อน นั้น พบปัญหาในงานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร กองทัพอากาศ ที่ไม่เป็นไปตามมาตรฐาน ขาดความชัดเจนในการสื่อสาร (กรมเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารทหารอากาศ, 2562)

จากแผนพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารกองทัพอากาศ ที่มีกรอบแนวทางการพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารของกองทัพอากาศให้มีความครอบคลุม ในทุกระบบงาน ทั้งด้านการรบและสนับสนุนการรบ ปัจจุบันกองทัพอากาศจึงเห็นถึงประโยชน์ของการนำโซเชี่ยลมีเดีย มาประยุกต์ใช้ในการสื่อสารภายในองค์กร เพื่อการติดต่อสื่อสาร แลกเปลี่ยนข้อมูล ให้

ข้าราชการทราบ อีกทั้งสามารถเพิ่มประสิทธิภาพในการสื่อสารและการทำงานของบุคลากรภายในองค์กร (กรมเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารทหารอากาศ, 2562)

ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้โซเชียลมีเดียในการสื่อสารภายในองค์กรของข้าราชการกองทัพอากาศ ได้แก่ ด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพ (Performance Expectancy) ด้านความคาดหวังในการใช้งาน (Effort Expectancy) ด้านอิทธิพลทางสังคม (Social Influence) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน (Facilitating Conditions) และ ด้านความตั้งใจใช้งาน (Intention) ซึ่งถ้ากองทัพอากาศมีอิทธิพลส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมใช้แอปพลิเคชันในการสื่อสารของข้าราชการที่ดีได้ จะทำให้องค์กรมีการปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น

จากเหตุผลที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้โซเชียลมีเดียในการสื่อสารภายในองค์กรของข้าราชการกองทัพอากาศ โดยผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าผลของการวิจัยครั้งนี้จะเป็นแนวทางในการวางแผนกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารของกองทัพอากาศ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้งานมากที่สุด

1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย

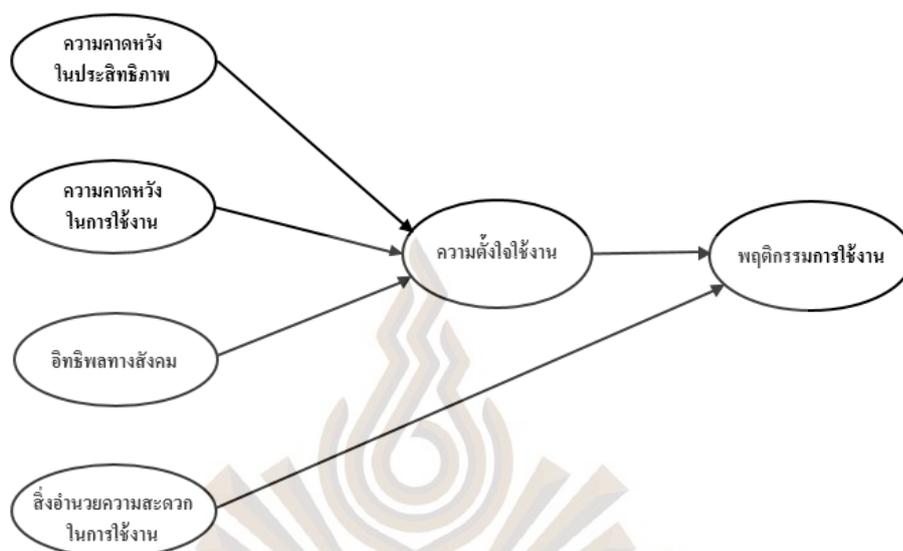
1.2.1 เพื่อพัฒนาและตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ พฤติกรรมการใช้โซเชียลมีเดียในการสื่อสารภายในองค์กรของข้าราชการกองทัพอากาศ

1.2.2 เพื่อศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้โซเชียลมีเดียในการสื่อสารภายในองค์กรของข้าราชการกองทัพอากาศ

1.3 กรอบแนวคิดในการวิจัย

การศึกษาดังกล่าวปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้โซเชียลมีเดียในการสื่อสารภายในองค์กรของข้าราชการกองทัพอากาศ ผู้วิจัยใช้กรอบแนวคิดของ Muneer (2021) มาปรับปรุงและพัฒนา โดยปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้โซเชียลมีเดียในการสื่อสารภายในองค์กรของข้าราชการกองทัพอากาศ ได้แก่ ด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพ (Performance Expectancy) ด้านความคาดหวังในการใช้งาน (Effort Expectancy) ด้านอิทธิพลทางสังคม (Social Influence) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน (Facilitating Conditions) และ ด้านความตั้งใจ

ใช้งาน (Intention) ว่ามีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้โซเชียลมีเดียในการสื่อสารภายในองค์กรของข้าราชการกองทัพอากาศ ดังรูปที่ 1.3



รูปที่ 1.3 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ที่มา: Muneer, 2021

1.4 ขอบเขตของงานวิจัย

ขอบเขตของการวิจัยครั้งนี้แบ่งออกเป็น 2 ด้านได้แก่ ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง และขอบเขตด้านตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

1.4.1 ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.4.1.1 ประชากรของการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ข้าราชการกองทัพอากาศ จำนวน 20,194 คน (ณ วันที่ 27 ตุลาคม พ.ศ.2565)

1.4.1.2 กลุ่มตัวอย่างของการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ข้าราชการกองทัพอากาศ จำนวน 295 คน ได้มาโดยการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Sampling) ในการกำหนดกลุ่มตัวอย่างของการวิเคราะห์โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุแบบมีตัวแปรแฝง (Causal Structural- Models with Latent Variable) (Kline, 2011) นงลักษณ์ วิรัชชัย (2542) ได้เสนอว่า ขนาดตัวอย่างที่เหมาะสมควรอยู่ใน 1 ตัวแปรสังเกตได้ต่อ 10-20 เท่า หรือตัวอย่างน้อยที่สุดที่ยอมรับได้จากค่าสถิติ Holster ที่ต้องมีค่า

มากกว่า 200 (Hoelter, 1983) จึงจะถือว่าโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ในการศึกษาครั้งนี้มีตัวแปรที่สังเกตได้ จำนวน 18 ตัวแปร ซึ่งต้องใช้กลุ่มตัวอย่างประมาณ 180 คนเป็นอย่างน้อยและเพื่อป้องกันความคลาดเคลื่อนของข้อมูลผู้วิจัยจึงเพิ่มกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 295 คน

1.4.2 ขอบเขตด้านตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

1.4.2.1 ตัวแปรแฝงภายนอก (Exogenous Latent Variable) จำนวน 4 ตัวแปร ได้แก่

- 1) ด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพ (Performance Expectancy)
- 2) ด้านความคาดหวังในการใช้งาน (Effort Expectancy)
- 3) ด้านอิทธิพลทางสังคม (Social Influence)
- 4) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน (Facilitating Conditions)

1.4.2.2 ตัวแปรแฝงภายใน (Endogenous Latent Variable) จำนวน 2 ตัวแปร ได้แก่

- 1) ด้านความตั้งใจใช้งาน (Intention)
- 2) ด้านพฤติกรรมการใช้งาน (Use Behavior)

1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.5.1 ทำให้ได้โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุพฤติกรรมการใช้โซเชียลมีเดียในการสื่อสารภายในองค์กรของข้าราชการกองทัพอากาศ

1.5.2 ทำให้ทราบปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้โซเชียลมีเดียในการสื่อสารภายในองค์กรของข้าราชการกองทัพอากาศ

1.5.3 สามารถใช้เป็นแนวทางในการวางแผนกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารของกองทัพอากาศเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้งานมากที่สุด

1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ

ด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพ (Performance Expectancy) หมายถึง ความเชื่อว่าการใช้เทคโนโลยีสามารถลดระยะเวลาในการทำงาน มีรูปแบบการแสดงผลต่าง ๆ บนแอปพลิเคชันไลน์ที่เข้าใจง่าย และการเรียนรู้เพื่อใช้งานเป็นเรื่องง่าย

ด้านความคาดหวังในการใช้งาน (Effort Expectancy) หมายถึง การรับรู้ในความง่ายในการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ในการติดต่อสื่อสาร จะต้องไม่มีความซับซ้อน มีความสะดวก และง่ายต่อการเรียนรู้

ด้านอิทธิพลทางสังคม (Social Influence) หมายถึง การรับรู้ของผู้บังคับบัญชา และวัฒนธรรมองค์กรใช้แอปพลิเคชันไลน์ในการติดต่อสื่อสารภายในองค์กร รวมถึงการติดต่อสื่อสารระหว่างหน่วยงานภายในองค์กรด้วย

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน (Facilitating Conditions) หมายถึง ปัจจัยพื้นฐานที่บุคคลนั้นมีเป็นสิ่งที่ส่งเสริมอำนวยความสะดวกให้เกิดการใช้งานเทคโนโลยี ประกอบด้วย ได้รับความรู้ที่จำเป็นสำหรับการทำงานผ่านเทคโนโลยี เครือข่ายอินเทอร์เน็ตไร้สายทำงานพร้อมให้บริการตลอดเวลาที่จำเป็นต้องทำงานผ่านเทคโนโลยี

ด้านความตั้งใจใช้งาน (Intention) หมายถึง การแสดงออกต่อความตั้งใจใช้งานเทคโนโลยีในการทำงานในอนาคต และนำมาใช้เข้าถึงข้อมูลการทำงาน ทั้งแนะนำระบบให้กับเพื่อนร่วมงานใช้ในการทำงานมากขึ้น โดยรับอิทธิพลมาจากการรับรู้ประสิทธิภาพ ความคาดหวังในการใช้งาน อิทธิพลทางสังคม และสภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน

ด้านพฤติกรรมการใช้งาน (Use Behavior) หมายถึง พฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีเป็นผลมาจากพฤติกรรมความตั้งใจในการใช้งาน ซึ่งส่งผลมาจากการรับรู้ถึงความคาดหวังในประสิทธิภาพ ความคาดหวังในการใช้งาน อิทธิพลทางสังคม และสภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน ทำให้เกิดพฤติกรรมการใช้งานระบบอย่างบ่อยครั้ง และสม่ำเสมอ

บทที่ 2

ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง / ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยเรื่อง ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้โซเชียลมีเดียในการสื่อสารภายในองค์กรของข้าราชการกองทัพอากาศ ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาวิจัย ดังนี้

- 2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความคาดหวังในประสิทธิภาพ (Performance Expectancy)
- 2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความคาดหวังในการใช้งาน (Effort Expectancy)
- 2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับอิทธิพลทางสังคม (Social Influence)
- 2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน (Facilitating Conditions)
- 2.5 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความตั้งใจใช้งาน (Intention)
- 2.6 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้งาน (Use Behavior)
- 2.7 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับโมเดลสมการ โครงสร้าง
- 2.8 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความคาดหวังในประสิทธิภาพ (Performance Expectancy)

2.1.1 ความหมายของความคาดหวังในประสิทธิภาพ (Performance Expectancy)

วีริยาภรณ์ เตชะกฤตธีรพงศ์ และศรีสมรค์ อินทุจันทร์ยง (2559) ให้ความหมายไว้ว่า ความคาดหวังในประสิทธิภาพ หมายถึง การที่ผู้ใช้งานรู้สึกว่าคุณสมบัติที่ใช้นั้นสามารถลดระยะเวลาในการทำงาน และเป็นประโยชน์ต่อการทำงาน

สุมามาลย์ ปานคำ และเบญจพร กาทอง (2565) ให้ความหมายไว้ว่า ความคาดหวังในประสิทธิภาพ หมายถึง ความเชื่อของแต่ละบุคคลว่าแอปพลิเคชันจะช่วยทำให้ได้รับข้อมูลข่าวสารที่มีประโยชน์ ถูกต้อง ทำให้สามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

รัฐฉินี่ สุทธิผลไพบุลย์ และสมชาย เล็กเจริญ (2563) ให้ความหมายไว้ว่า ความคาดหวังในประสิทธิภาพ หมายถึง ความง่ายในการใช้งานเว็บไซต์ RTAF.LIVE จะต้องไม่มีความซับซ้อน มีรูปแบบการแสดงผลข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ บนเว็บไซต์ที่เข้าใจง่าย และการเรียนรู้เพื่อใช้งานเป็นเรื่องง่าย ไม่ต้องใช้ความพยายามมาก

สำนักงานสถิติแห่งชาติ (2564) ให้ความหมายไว้ว่า ความคาดหวังในประสิทธิภาพ หมายถึง ระดับความเชื่อส่วนบุคคลว่าการใช้เทคโนโลยี จะช่วยให้ทำงานอย่างมีประสิทธิภาพแสดงด้วยเพศ และอายุ

กล่าวโดยสรุป ความคาดหวังในประสิทธิภาพ หมายถึง ความเชื่อว่าการใช้เทคโนโลยีสามารถลดระยะเวลาในการทำงาน มีรูปแบบการแสดงผลข้อมูลต่าง ๆ บนแอปพลิเคชันที่เป็นประโยชน์ต่อการทำงาน และช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานมากขึ้น

2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความคาดหวังในการใช้งาน (Effort Expectancy)

2.2.1 ความหมายของความคาดหวังในการใช้งาน (Effort Expectancy)

อริชัย ชื่นอารมณ์ และธัญนันท์ บุญอยู่ (2563) ให้ความหมายไว้ว่า ความคาดหวังในการใช้งาน หมายถึง การรับรู้ว่าหน่วยงานมีการกำหนด ขั้นตอนการใช้งานและพัฒนาระบบบริหารจัดการง่ายต่อการเรียนรู้ อีกทั้งมีการจัดบุคลากรดูแลที่สามารถติดต่อได้ง่ายเมื่อเกิดปัญหาในการใช้งานขึ้น

รัฐฉินี่ สุทธิผลไพบุลย์ และสมชาย เล็กเจริญ (2563) ให้ความหมายไว้ว่า ความคาดหวังในการใช้งาน หมายถึง ความเกี่ยวข้องกับความง่ายในการใช้งานเว็บไซต์ หรือแอปพลิเคชัน จะต้องไม่มีความซับซ้อน สามารถเรียนรู้เพื่อใช้งานเป็นเรื่องง่ายไม่ต้องใช้ความพยายามมาก

สุมาลย์ ปานคำ และเบญจพร กาทอง (2565) ให้ความหมายไว้ว่า ความคาดหวังในการใช้งาน หมายถึง ความง่ายในการใช้งานแอปพลิเคชัน จะต้องมีระบบการใช้งาน รูปแบบการแสดงผลข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ บนแอปพลิเคชันที่เข้าใจง่าย และการเรียนรู้เพื่อการใช้งานเป็นเรื่องง่าย

กล่าวโดยสรุป ความคาดหวังในการใช้งาน หมายถึง การรับรู้ในความง่ายในการใช้งาน เทคโนโลยีในการติดต่อสื่อสารภายในองค์กร จะต้องไม่มีความซับซ้อน และง่ายต่อการเรียนรู้

2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับอิทธิพลทางสังคม (Social Influence)

2.3.1 ความหมายของอิทธิพลทางสังคม (Social Influence)

ธาดาศิเบศรี ภูทอง (2561) ให้ความหมายไว้ว่า อิทธิพลทางสังคม หมายถึง ระดับความเชื่อของบุคคลเป็นกลุ่มตัวอย่างที่มีความเห็นคล้อยตามกลุ่มบุคคลที่มีอิทธิพลต่อความเชื่อหรือความรู้สึกได้แก่ อิทธิพลจากเพื่อนร่วมงาน ผู้บังคับบัญชา และผู้นำการเปลี่ยนแปลง

สำนักงานสถิติแห่งชาติ (2564) ให้ความหมายไว้ว่า อิทธิพลทางสังคม หมายถึง ระดับการรับรู้ของบุคคลซึ่งเกิดจากบุคคลอื่นเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้เชื่อว่าทุกคนควรใช้เทคโนโลยีใหม่

สุมามาลย์ ปานคำ และเบญจพร กาทอง (2565) ให้ความหมายไว้ว่า อิทธิพลทางสังคม หมายถึง การรับรู้ว่าคุณลักษณะหนึ่งสำคัญต่ออีกบุคคลหนึ่ง ซึ่งได้ให้ความคาดหวัง หรือเชื่อว่าบุคคลนั้นควรใช้แอปพลิเคชัน

กล่าวโดยสรุป อิทธิพลทางสังคม หมายถึง การรับรู้ว่าคุณลักษณะ และ วัฒนธรรมองค์กร ทำให้มีการใช้เทคโนโลยีในการติดต่อสื่อสารภายในองค์กร รวมถึงการติดต่อสื่อสารระหว่างหน่วยงานภายในองค์กรด้วย

2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน (Facilitating Conditions)

2.4.1 ความหมายของสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน (Facilitating Conditions)

DeLone & McLean (2003) ให้ความหมายไว้ว่า สิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน หมายถึง ความชอบใจหรือความรู้สึกทางบวกซึ่งสามารถวัดได้จากการกระทำและความรู้สึก เมื่อความรู้สึกทางบวกเกิดขึ้นส่งผลให้ผู้บริโภครู้สึกมีความสุขหรือเกิดความรู้สึกทางบวกอื่น

Kotler & Keller (2006) ให้ความหมายไว้ว่า สิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน หมายถึง ระดับความรู้สึกของบุคคลซึ่งเป็นผลมาจากการเปรียบเทียบระหว่างผลงานที่ได้รับรู้จากสินค้าหรือบริการที่ได้รับกับความคาดหวังของบุคคลนั้น ๆ

Kim & Lee (2011 อ้างถึงใน วีระพงษ์ ภู่อ่าง) ให้ความหมายไว้ว่า สิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน หมายถึง เมื่อผู้บริโภคมีความพึงพอใจต่อสินค้าทำให้เกิดความภักดีต่อสินค้า และมีการบอกต่อ ๆ กันถึงข้อดีของสินค้า และอยากจะกลับมาใช้ซ้ำ ๆ ดังนั้นความพึงพอใจจึงมีความสำคัญต่ออนาคตของกิจการ

กฤษณี รื่นรมย์ เพลินทิพย์, โกเมศ โสภากา, และสาวิกา อุณหนันท์ (2547) ให้ความหมายไว้ว่า สิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน หมายถึง สิ่งสำคัญที่สุดที่นักการตลาดต้องคำนึงถึง เพราะความพอใจของลูกค้าจะนำมาซึ่งการซื้อซ้ำจนเกิดความจงรักภักดีในที่สุด และยังอาจก่อให้เกิดลูกค้าใหม่ได้หากลูกค้ามีความพอใจนั้นและช่วยบอกต่อถึงความรู้สึกที่ดีต่อสินค้าหรือบริการไปยังบุคคลอื่น ๆ ซึ่งทั้งสองประการดังกล่าวช่วยเสริมสร้างยอดขายและกำไรระยะยาวอันเป็นเป้าหมายสำคัญให้แก่ธุรกิจ ในขณะที่เดียวกันหากลูกค้าเกิดความไม่พอใจต่อสินค้าหรือบริการแล้ว ก็ย่อมก่อให้เกิดผลกระทบในทางตรงกันข้ามนั่นคือการสูญเสียลูกค้าและเสียชื่อเสียงอีกด้วย ดังนั้นการตรวจสอบความพอใจของลูกค้าก่อนที่จะส่งผลกระทบต่อยอดขายจึงเป็นสิ่งจำเป็นที่จะช่วยให้ธุรกิจสามารถป้องกันการเกิดปัญหาก่อนที่จะเกิดขึ้นได้

ชัยสมพล ขาวประเสริฐ (2548) ให้ความหมายไว้ว่า สิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน หมายถึง ความพึงพอใจและความจงรักภักดีที่มาจากลูกค้าเป็นสิ่งสำคัญที่สุดที่ทุกธุรกิจต้องการ หากสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ก็ย่อมเกิดความพึงพอใจและความจงรักภักดี ดังนั้นการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดที่เหมาะสมและการสร้างบริการที่ดีเกินความคาดหมายของลูกค้า ไม่ว่าจะเป็นการสร้างคุณภาพในการบริการหรือการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้าย่อมเกิดความพึงพอใจและความจงรักภักดี

วารภรณ์ เตชะกสิกรพาณิชย์ (2565) ให้ความหมายไว้ว่า สิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน หมายถึง การแสดงออกถึงความรู้สึกในทางบวกที่เกิดจากการประเมินประสบการณ์ที่ได้รับบริการที่ตรงกับสิ่งที่คาดหวังหรือดีเกินกว่าความคาดหวังของลูกค้า

กล่าวโดยสรุป สิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน หมายถึง ปัจจัยพื้นฐานที่บุคคลนั้นมีเป็นสิ่งที่ส่งเสริมอำนวยความสะดวกให้เกิดการใช้งานเทคโนโลยีประกอบด้วย ใ้ได้รับอุปกรณ์ที่จำเป็นสำหรับการทำงานผ่านเทคโนโลยี เครื่องข่ายอินเทอร์เน็ตไร้สายทำงานพร้อมให้บริการตลอดเวลาที่จำเป็นต้องทำงานผ่านเทคโนโลยี

2.5 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความตั้งใจใช้งาน (Intention)

2.5.1 ความหมายของความตั้งใจใช้งาน (Intention)

กรรณิการ์ คงทอง (2561) ให้ความหมายไว้ว่า ความตั้งใจใช้งาน หมายถึง ความตั้งใจของผู้ใช้จะใช้งานเทคโนโลยี และความเป็นไปได้ที่ผู้ใช้จะยอมรับและมีท่าทีที่จะใช้งานเทคโนโลยีใหม่ ๆ ต่อไปในอนาคต

อริชัย ชื่นอารมณ และธัญนันท์ บุญอยู่ (2563) ให้ความหมายไว้ว่า ความตั้งใจใช้งาน หมายถึง การที่เจ้าหน้าที่ตั้งใจที่จะนำระบบบริหารจัดการมาใช้ในการทำงานในอนาคต และนำมาใช้เข้าถึงข้อมูลการทำงานแทนการทำงานในระบบเดิม

สุมามาลย์ ปานคำ และเบญจพร กาทอง (2565) ให้ความหมายไว้ว่า ความตั้งใจใช้งาน หมายถึง ความตั้งใจที่จะนำโปรแกรมไลน์มาใช้ในการติดต่อสื่อสารภายในองค์กร เช่น ตั้งใจใช้ในการรับ-ส่งข้อมูล การกระจายข่าวสาร

กล่าวโดยสรุป ความตั้งใจใช้งาน หมายถึง ความตั้งใจใช้งานเทคโนโลยี ในการทำงานในอนาคต และนำมาใช้เข้าถึงข้อมูลการทำงาน ทั้งแนะนำระบบให้กับเพื่อนร่วมงานในการทำงานมากขึ้น โดยรับอิทธิพลมาจากการรับรู้ประสิทธิภาพ ความคาดหวังในการใช้งาน อิทธิพลทางสังคม และสภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน

2.6 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้งาน (Use Behavior)

2.6.1 ความหมายของพฤติกรรมการใช้งาน (Use Behavior)

สุวิภา แสงพันธ์ตา และสุมาลย์ ปานคำ (2561) ให้ความหมายไว้ว่า พฤติกรรมการใช้งาน หมายถึง การกระทำของบุคคลในการนำโปรแกรมไลน์มาใช้ในการสื่อสาร

อภิสนันท์ สระน้อย และสุมาลย์ ปานคำ (2564) ให้ความหมายไว้ว่า พฤติกรรมการใช้งาน หมายถึง การที่บุคคลากรมีการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ในการสื่อสารภายในองค์กรทุกที่ทุกเวลา

สุมาลย์ ปานคำ และเบญจพร กาทอง (2565) ให้ความหมายไว้ว่า พฤติกรรมการใช้งาน หมายถึง การกระทำของบุคคลในการนำโปรแกรมไลน์มาใช้ในการสื่อสารภายในองค์กร เช่น การรับมอบหมายงาน การรายงาน การประสานงานระหว่างเพื่อนร่วมงาน

กล่าวโดยสรุป พฤติกรรมการใช้งาน หมายถึง พฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีของบุคคลเป็นผลมาจากพฤติกรรมความตั้งใจในการใช้งาน เป็นพฤติกรรมใช้งานที่นำเทคโนโลยีนั้นไปประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงานจริง

2.7 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับโมเดลสมการโครงสร้าง

สถิติวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (SEM) เป็นสถิติวิเคราะห์ที่ได้รับการพัฒนาขึ้นมาใหม่โดยคงความเป็นสถิติวิเคราะห์ที่ใช้หลักการวิเคราะห์แบบในลักษณะเดิม แต่ปรับปรุงพัฒนาให้ดีขึ้น ลดข้อจำกัดต่าง ๆ และยังสามารถใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้กว้างขวางมากขึ้นกว่าเดิม มีประสิทธิภาพในการวิเคราะห์สูงตอบคำถาม ได้ลึกซึ้งขึ้น ทั้งนี้โมเดล SEM เป็นโมเดลที่พัฒนาขึ้นมาโดย Joreskog (1970) เกิดจากการบูรณาการ โมเดลโครงสร้างตามหลักการวิเคราะห์อิทธิพล และวิธีการประมาณค่าพารามิเตอร์ตามหลักวิชาเศรษฐมิติ ทั้งนี้กล่าวได้ว่า การวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างเป็นสถิติวิเคราะห์ขั้นสูงที่ได้รับการพัฒนาขึ้นมาใหม่

การสร้างโมเดลการวิจัย (Research Model) โดยอาศัยทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์ตั้งเป็นพื้นฐาน ซึ่งโมเดลการวิจัย คือ ทำให้เกิดความเหมาะสมในการศึกษาวิจัยทั้งนี้

การที่ต้องสร้างโมเดลการวิจัยเนื่องมาจากการศึกษาจากปรากฏการณ์ธรรมชาติมีข้อจำกัดและไม่สามารถทำได้โดยสะดวกเนื่องมาจากมีความซับซ้อนและมีโครงสร้างความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบต่าง ๆ ที่หลากหลาย แต่ในการวิจัยนักวิจัยมีขีดความสามารถที่จำกัดซึ่งไม่สามารถศึกษาได้ในทุกองค์ประกอบ วิธีการสร้างโมเดลการวิจัยจึงเป็นการประยุกต์ทฤษฎีร่วมกับสภาพปรากฏการณ์ที่เป็นจริงในธรรมชาติตามวิธีนินัย (Inductive) ให้ได้เป็นโมเดลที่เป็นสมมติฐานวิจัย จากนั้นจึงนำโมเดลการวิจัยไปใช้ตรวจสอบโดยวิธีอุปนัย (Deductive) ว่าโมเดลนั้นมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์หรือไม่ และจะต้องดำเนินการปรับปรุงพัฒนาโมเดลการวิจัยให้สอดคล้องกับสภาพปรากฏการณ์จริง (นงลักษณ์ วิรัชชัย, 2542, น. 2)

โมเดลสำหรับการวิจัยควรมีตัวแปรหลายตัว โดยอาจเป็นโมเดลการถดถอยเชิงเส้นแบบพหุ (Multiple Linear Regression Model) ตัวแปรอาจเป็นแบบอื่นที่มีใช้แบบเส้นตรงและอาจเป็นความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ (Causal Relationship) เป็นความสัมพันธ์แบบทางเดียวหรือแบบสองทางได้ด้วย โมเดลการวิจัยอาจเป็นโมเดลเชิงสาเหตุแบบทางเดียวหรือแบบย้อนกลับ (Recursive of No Recursive Causal Models) แบบใดแบบหนึ่งก็ได้ โดยตัวแปรที่ใช้ในโมเดลการวิจัยแบ่งออกเป็นสองประเภทคือ ตัวแปรภายนอก (Exogenous Variables) และตัวแปรแฝงภายใน (Endogenous Variables)

เมื่อแบ่งประเภทของตัวแปรในโมเดลการวิจัยไปตามลักษณะของการวัดตัวแปร จะแบ่งได้เป็นสองประเภท คือ ตัวแปรแฝง (Latent or Unobserved Variables) และตัวแปรสังเกตได้ (Observed or Manifest Variables) ตัวแปรแฝงคือตัวแปรเชิงสมมติฐาน (Hypothetical Variables) ที่ไม่สามารถวัดได้โดยตรงแต่มีโครงสร้างตามทฤษฎีที่แสดงผลออกมาในรูปของพฤติกรรมที่สามารถสังเกตได้ ทั้งนี้ตัวแปรแฝงเป็นตัวแปรลักษณะพิเศษที่ปลอดจากความคลาดเคลื่อนในการวัด นักวิจัยจึงศึกษาตัวแปรแฝงโดยการวัดตัวแปรพฤติกรรมที่สังเกตได้แทนและสามารถประมาณค่าตัวแปรแฝงได้จากการนำกลุ่มตัวแปรสังเกตได้ที่เป็นตัวบ่งชี้ของตัวแปรแฝงตัวนั้นนำมาใช้ในการวิเคราะห์องค์ประกอบ (นงลักษณ์ วิรัชชัย, 2542, น.4)

ในการเขียนแผนภาพโมเดลการวิจัยจะใช้สัญลักษณ์เป็นรูปวงกลมหรือวงรีแทนตัวแปรแฝง และใช้รูปสี่เหลี่ยมจัตุรัสหรือรูปสี่เหลี่ยมผืนผ้าแทนตัวแปรสังเกตได้ โดยความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรนั้นนักวิจัยได้ใช้สัญลักษณ์รูปลูกศรแทนความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างตัวแปรต้นกับตัวแปรตาม หัวลูกศรจะแสดงทิศทางของอิทธิพลและใช้รูปลูกศรสองหัวเส้นโค้งแทนความสัมพันธ์

หรือสหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร สมการแสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรในโมเดลการวิจัยเรียกว่า โมเดลสมการโครงสร้างเชิงเส้น (Linear Structural Equation Model) โมเดลการถดถอยเชิงเส้นแบบง่ายที่มีเพียงสองตัวแปรเป็นโมเดลสมการโครงสร้างเชิงเส้นแบบหนึ่ง มีชื่อเรียกว่า เชิงเส้น (Linear) ได้มาจากลักษณะของสมการซึ่งทั้งตัวแปรและพารามิเตอร์ต่างก็ยกกำลังหนึ่ง ชื่อที่เรียกว่า โครงสร้าง (Structural) มีที่มาจากลักษณะของโมเดลซึ่งเป็นสมการแสดงโครงสร้างความสัมพันธ์เชิงสาเหตุตามทฤษฎีระหว่างตัวแปร และเนื่องจากโมเดลสมการโครงสร้างเชิงเส้นแสดงโครงสร้างในรูปแบบความสัมพันธ์เชิงเส้นดังกล่าวแล้ว โมเดลสมการโครงสร้างเชิงเส้นจึงมีชื่อเรียกอีกอย่างหนึ่งว่า โมเดลความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงเส้น หรือ โมเดลลิสเรล (Linear Structure Relationship Model of LISREL Model) โดยที่มาของชื่อลิสเรลได้มาจากตัวอักษรภาษาอังกฤษตัวพิมพ์ใหญ่ เนื่องจากความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรเป็นฟังก์ชันของความแปรปรวนร่วมระหว่างตัวแปรและหัวใจสำคัญของการวิเคราะห์โมเดลลิสเรลเป็นการเปรียบเทียบเมทริกซ์ความแปรปรวนร่วมระหว่างตัวแปร โมเดลลิสเรลจึงมีชื่อเรียกอีกอย่างหนึ่งว่า โมเดลโครงสร้างความแปรปรวนร่วม (Covariance Structural Model)

ผู้วิจัยได้นำแนวคิดเกี่ยวกับโมเดลสมการโครงสร้างเชิงเส้น (Structural Equation Modeling: SEM) มาใช้ในการยืนยันว่าโมเดลสมการโครงสร้างที่สร้างขึ้นจากทฤษฎีมีความสอดคล้องกลมกลืนตามสมมติฐานกับข้อมูลเชิงประจักษ์หรือไม่และนำไปสู่การวิเคราะห์อิทธิพลเชิงสาเหตุ (Path Analysis) เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างตัวแปร โดยการวิเคราะห์อิทธิพลของตัวแปรปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้โซเชียลมีเดียในการสื่อสารภายในองค์กรของข้าราชการกองทัพอากาศและการประมาณค่าพารามิเตอร์ด้วยวิธีความน่าจะเป็นสูงสุด (Maximum Likelihood Estimates หรือ ML) และมีค่าสถิติสำคัญที่ใช้ตรวจสอบความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดลตามสมมติฐานกับข้อมูลเชิงประจักษ์ (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2559) ได้แก่

1) ค่าไค-สแควร์ (Chi-Square: χ^2) เป็นค่าสถิติที่ใช้ทดสอบความกลมกลืนของโมเดลตามภาวะสันนิษฐานกับข้อมูลเชิงประจักษ์ในการทดสอบโมเดล ต้องการให้ค่าสถิติไค-สแควร์ ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ($p > 0.05$) เพราะต้องการยืนยันว่าโมเดลตามภาวะสันนิษฐานกับข้อมูลเชิงประจักษ์ไม่แตกต่างกัน

2) ค่าดัชนีอัตราส่วนไค-สแควร์สัมพัทธ์ (Relative Chi-Square Ratio: χ^2/df) เป็นอัตราส่วนระหว่างค่าไค-สแควร์กับองศาอิสระ (ไค-สแควร์หารด้วยองศาอิสระ) โดยควรมีค่าระหว่าง 2-5 ซึ่งในการวิจัยนี้ผู้วิจัยได้กำหนดเกณฑ์ไว้ว่าควรมีค่าน้อยกว่า 3.00

3) ดัชนีวัดระดับความกลมกลืน (Goodness of Fit Index: GFI) จะมีค่าอยู่ระหว่าง 0 ถึง 1 โดยค่าดัชนี GFI ควรค่าตั้งแต่ 0.90 ซึ่งจะถือว่าโมเดลกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์

4) ดัชนีวัดระดับความกลมกลืนปรับแก้ (Adjusted Goodness of Fit Index: AGFI) เมื่อนำดัชนี GFI มาปรับแก้โดยคำนึงถึงขนาดของสาอิสระ ซึ่งรวมทั้งจำนวนตัวแปรและขนาดกลุ่มตัวอย่างจะได้ดัชนี AGFI ซึ่งมีคุณสมบัติเช่นเดียวกับค่าดัชนี GFI โดยจะมีค่าอยู่ระหว่าง 0 ถึง 1 ค่าดัชนี AGFI ที่เข้าใกล้ 1.00 แสดงว่าโมเดลตามภาวะสันนิษฐานมีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยค่าดัชนี AGFI ควรค่าตั้งแต่ 0.90

5) ดัชนีความคลาดเคลื่อนในการประมาณค่าพารามิเตอร์ (Root Mean Squared Error of Approximation: RMSEA) เป็นค่าสถิติจากข้อตกลงเบื้องต้นเกี่ยวกับค่าไค-สแควร์ว่าโมเดลตามภาวะสันนิษฐานมีความเที่ยงตรงสอดคล้องกับความเป็นจริง และเมื่อเพิ่มพารามิเตอร์อิสระแล้วค่าสถิติมีค่าลดลง โดยถ้าค่าดัชนี RMSEA น้อยกว่า 0.08 แสดงว่าโมเดลตามสมมติฐานมีความกลมกลืนกับข้อมูลในเชิงประจักษ์ในระดับดี (Good Fit) ถ้าอยู่ระหว่าง 0.05 – 0.08 แสดงว่าพอใช้ได้และหากค่าดัชนีอยู่ระหว่าง 0.08 – 0.10 แสดงว่าไม่ค่อยดี (Mediocre) และถ้ามากกว่า 0.10 แสดงว่าไม่ดีเลย (Poor Fit)

6) ค่าดัชนีวัดความสอดคล้องกลมกลืนเชิงสัมพัทธ์ (Comparative Fit Index: CFI) เป็นดัชนีที่มาปรับแก้ปัญหาของ RFI (Relative Fit Index) เพื่อให้ดัชนีมีค่า อยู่ระหว่าง 0 ถึง 1 ดัชนีนี้จึงมาจากมาตรฐานของค่าไค-สแควร์แบบ Noncentrally ด้วยเช่นกัน และเป็นดัชนีที่ไม่ได้รับผลกระทบจากขนาดของกลุ่มตัวอย่าง โดยควรมีค่าตั้งแต่ 0.90

ค่าสถิติที่สอดคล้องกลมกลืนกับโมเดลสมมติฐานกับข้อมูลเชิงประจักษ์จะใช้การพิจารณาตามโมเดลสมมติฐานที่ตั้งไว้หากสถิติที่คำนวณได้ไม่เป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนดก็จะต้องปรับโมเดลใหม่ โดยอาศัยเหตุผลเชิงทฤษฎีและค่าดัชนีปรับแต่งโมเดล (Model Modification Indices) ซึ่งเป็นค่าสถิติเฉพาะของพารามิเตอร์แต่ละตัวและปรับจนได้โมเดลที่มีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์และมีค่าสถิติตามเกณฑ์ที่กำหนด

2.8 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สุมาลย์ ปานคำ และภรณ์พัชร เนาวรัตน์ธนาร (2565) ได้ศึกษาวิจัย ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้โซเชียลมีเดียในการสื่อสารภายในองค์กรของบุคลากรสำนักงานคณะกรรมการกำกับกิจการพลังงาน งานวิจัยฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) พัฒนาและ

ตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุพฤติกรรมการใช้โซเชียลมีเดีย ในการสื่อสารภายในองค์กรของบุคลากรสำนักงานคณะกรรมการกำกับกิจการพลังงาน และ 2) เพื่อศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้โซเชียลมีเดียในการสื่อสารภายในองค์กรของบุคลากรสำนักงานคณะกรรมการกำกับกิจการพลังงาน กลุ่มตัวอย่าง คือบุคลากรภายในสำนักงานคณะกรรมการกำกับกิจการพลังงาน จำนวน 248 คน สุ่มตัวอย่างแบบง่าย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือแบบสอบถามออนไลน์ ที่มีค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือเท่ากับ 0.70-0.94 สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ และโมเดลสมการโครงสร้าง ผลการศึกษาพบว่า 1) โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุที่พัฒนาขึ้น ประกอบด้วย 5 ด้าน ได้แก่ (1) ด้านทัศนคติ (2) ด้านบรรทัดฐานส่วนตัว (3) ด้านการรับรู้ควบคุมพฤติกรรม (4) ด้านความตั้งใจใช้งาน และ (5) ด้านพฤติกรรมการใช้งาน สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์เป็นอย่างดี โดยพิจารณาจากค่า สถิติไค-สแควร์ (χ^2) = 167.45, ค่าองศาอิสระ (df) = 149, ค่า CMIN/df = 1.12, ค่า GFI = 0.94, ค่า AGFI = 0.90, ค่า SRMR = 0.02, ค่า RMSEA = 0.05 และค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ = 0.99 แสดงว่าตัวแปรในโมเดลสามารถอธิบายความแปรปรวนของพฤติกรรมการใช้โซเชียลมีเดียในการสื่อสารภายในองค์กรของบุคลากรสำนักงานคณะกรรมการกำกับกิจการพลังงาน ได้ร้อยละ 99 2) พฤติกรรมการใช้โซเชียลมีเดียในการสื่อสารภายในองค์กรของบุคลากรสำนักงานคณะกรรมการกำกับกิจการพลังงาน ได้รับอิทธิพลทางตรงมากที่สุดจากด้านความตั้งใจ ใช้งานเท่ากับ 0.80 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 และได้รับอิทธิพลทางอ้อมมากที่สุดจากด้านทัศนคติเท่ากับ 0.32 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001

รัฐฉิน สุทธิผลไพบูลย์ และสมชาย เล็กเจริญ (2563) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุที่มีผลต่อพฤติกรรมใช้งานเว็บไซต์ RTAF.LIVE ในการรับข้อมูลข่าวสารของข้าราชการกองทัพอากาศไทย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถามออนไลน์ ที่มีค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือเท่ากับ 0.70-0.95 กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ข้าราชการกองทัพอากาศไทยที่เคยใช้งานเว็บไซต์ RTAF.LIVE จำนวน 530 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ และ โมเดลสมการโครงสร้าง ผลการศึกษาพบว่า โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุที่พัฒนาขึ้น สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์เป็นอย่างดีค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์เท่ากับ 0.94 แสดงว่า ตัวแปรในโมเดลสามารถอธิบายความแปรปรวนของพฤติกรรมใช้งานเว็บไซต์ RTAF.LIVE ได้ร้อยละ 94 และ พบว่าปัจจัยด้านความตั้งใจในการใช้งานมีอิทธิพลมากที่สุด ต่อพฤติกรรมใช้งานเว็บไซต์ RTAF.LIVE ในการรับข้อมูลข่าวสารของข้าราชการกองทัพอากาศไทย ขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.79 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001

สุวิกา แสงพันธุ์ตา และสุมาลย์ ปานคำ (2561) ได้ศึกษารูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ พฤติกรรมการใช้โซเชียลมีเดียในการสื่อสารภายในองค์กรของบุคลากรกระทรวงแรงงาน การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) มีวัตถุประสงค์ เพื่อพัฒนารูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุพฤติกรรมการใช้โซเชียลมีเดียในการสื่อสารภายในองค์กรของบุคลากรกระทรวงแรงงาน และเพื่อตรวจสอบความสอดคล้องของรูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุที่พัฒนาขึ้นกับข้อมูลเชิงประจักษ์ กลุ่มตัวอย่าง ที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ บุคลากรกระทรวงแรงงานทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค ซึ่งได้มาจาก วิธีการสุ่มแบบชั้นภูมิ จำนวน 380 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถามออนไลน์ ที่มีค่าความเชื่อมั่น ได้เท่ากับ 0.955 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ประกอบด้วย ค่าความเบ้ ค่าความโด่ง และการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทาง สังคมศาสตร์ ผลการศึกษาพบว่า รูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุพฤติกรรมการใช้โซเชียลมีเดียในการ สื่อสารภายในองค์กรของบุคลากรกระทรวงแรงงาน ประกอบด้วย 6 ปัจจัย ได้แก่ ความคาดหวังในประสิทธิภาพของโซเชียลมีเดีย ความคาดหวังในการใช้งานโซเชียลมีเดีย อิทธิพลทางสังคมต่อการใช้งานโซเชียลมีเดีย สภาพแวดล้อมที่สนับสนุนการใช้งานโซเชียลมีเดีย ความตั้งใจในการใช้งานโซเชียลมีเดีย และพฤติกรรมการใช้โซเชียลมีเดียในการสื่อสารภายใน องค์กร และพบว่ารูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุที่พัฒนาขึ้นมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ สามารถอธิบายความแปรปรวนของพฤติกรรมการใช้โซเชียลมีเดียในการสื่อสาร ภายในองค์กรได้ร้อยละ 86.8

ธาดานิเบศร์ ภูทอง (2561) ได้ทำการศึกษา ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการยอมรับ บริการสุขภาพผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้สูงอายุ การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงปัจจัย ด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพ ความคาดหวังในความพยายาม อิทธิพลทางสังคม ความวิตกกังวลเกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยี และการต่อต้านการเปลี่ยนแปลงที่มี อิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะใช้ บริการสุขภาพผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้สูงอายุ และเพื่อศึกษาถึง ปัจจัยด้านความตั้งใจที่จะใช้ ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้งานบริการสุขภาพผ่าน โทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้สูงอายุ โดยใช้ แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้สูงอายุที่เป็นผู้ที่มี ประสบการณ์ในการใช้งานบริการสุขภาพผ่าน โทรศัพท์เคลื่อนที่ (Mobile Health Services) จำนวน 146 คน วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์สมการถดถอยอย่างง่าย (Simple Regression) และการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพ อิทธิพลทางสังคม เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อ ความตั้งใจที่จะใช้งาน และการต่อต้านการเปลี่ยนแปลง เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงลบต่อความตั้งใจที่

จะใช้งาน และความตั้งใจที่จะใช้ยังมีอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมการใช้งานจริง ขณะที่ปัจจัยด้านความคาดหวังในความพยายาม และความวิตกกังวลเกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยีไม่ส่งผลต่อความตั้งใจที่จะใช้งานบริการสุขภาพผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่อย่างมีนัยสำคัญ

วิทยากรณ์ เตชะกฤตธีรพงศ์ และศรีสมรค์ อินทุจันทร์ยง (2559) ได้ทำการศึกษา ปัจจัยการยอมรับการใช้งานเทคโนโลยีการทำงานร่วมกันของบุคลากรในองค์กรในประเทศไทย การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัย ที่ส่งผลต่อการยอมรับและการใช้งานเทคโนโลยีการทำงานร่วมกันของบุคลากรผู้ใช้งานในองค์กรนำผลที่ได้จากการศึกษาวิจัยมาเผยแพร่ให้เป็นประโยชน์ต่อผู้สนใจ และเป็นแนวทางในการดำเนินงานแก่องค์กรต่าง ๆ ในอนาคต โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง คือ บุคลากรในองค์กรที่เป็นผู้ที่มีประสบการณ์ในการใช้เทคโนโลยีการทำงานร่วมกันจำนวน 138 ราย วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้วิธีการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยทางด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพ (Performance Expectancy) อิทธิพลทางสังคม (Social Influence) สภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน (Facilitation Conditions) และความเข้ากันได้ (Compatibility) มีความสัมพันธ์กับการยอมรับการใช้งานเทคโนโลยีการทำงานร่วมกันของบุคลากรในองค์กรอย่างมีนัยสำคัญ โดยปัจจัยทางด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพ เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญมากที่สุด ส่วนปัจจัยความเข้ากันได้ อิทธิพลทางสังคมและสภาพสิ่งอำนวยความสะดวกมีความสำคัญรองลงมาตามลำดับ ส่วนปัจจัยด้านความคาดหวังในความพยายาม พบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กับการยอมรับการใช้งานเทคโนโลยีการทำงานร่วมกันของ บุคลากรในองค์กร

ธีรพร สิริวันต์ (2559) ได้ศึกษาพฤติกรรมการใช้ไลน์ แอปพลิเคชัน (Line Application) เพื่อเป็นช่องทางการสื่อสารการปฏิบัติงานในองค์กร งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัญหาผลกระทบ และความพึงพอใจของพนักงาน ในการใช้ไลน์ แอปพลิเคชัน เพื่อเป็นช่องทางการสื่อสารการปฏิบัติงานในองค์กร โดยวิเคราะห์จากพนักงานบริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง จำนวน 7 คน โดยแบ่งกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มระดับผู้บริหารจำนวน 2 คน และกลุ่มระดับพนักงานจำนวน 5 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) โดยแบบสัมภาษณ์ดังกล่าว ประกอบด้วยคำถามปลายเปิด (Open-Ended Question) และคำถามปลายปิด (Close-Ended Question) เกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้ไลน์ แอปพลิเคชัน (Line Application) เพื่อเป็นช่องทางการสื่อสารการปฏิบัติงานในองค์กร โดยให้กลุ่มตัวอย่างสามารถแสดงความคิดเห็นและแลกเปลี่ยนข้อมูล จากการวิจัยพบว่า เหตุผลที่เลือกใช้ไลน์ แอปพลิเคชันเพื่อเป็นช่องทางการสื่อสาร

ในการปฏิบัติงานจากการสัมภาษณ์กลุ่มระดับผู้บริหาร เหตุผลที่เป็นประเด็นสำคัญ คือ ปัจจัยทางสังคมที่เป็นเหตุผลให้เลิกใช้ไลน์ แอปพลิเคชันเพื่อเป็นช่องทางการสื่อสารในการปฏิบัติงาน คิดเป็น 60% และรองลงมาคือ ปัจจัยด้านตัวบุคคลที่เป็นเหตุผลให้เลิกใช้ไลน์ แอปพลิเคชันเพื่อเป็นช่องทางการสื่อสารในการปฏิบัติงาน คิดเป็น 40% และจากการสัมภาษณ์กลุ่มระดับพนักงาน พบว่า เหตุผลที่เป็นประเด็นสำคัญ คือ ปัจจัยด้านตัวบุคคลมีผลให้เลิกใช้ไลน์ แอปพลิเคชันเพื่อเป็นช่องทางการสื่อสารในการปฏิบัติงาน คิดเป็น 78% และรองลงมาคือ ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมในขณะที่ทำงานที่เป็นเหตุผลให้เลิกใช้ไลน์ แอปพลิเคชัน เพื่อเป็นช่องทางการสื่อสารในการปฏิบัติงาน คิดเป็น 22%



บทที่ 3

ระเบียบวิธีการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เรื่อง ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้โซเซียลมีเดียในการสื่อสารภายในองค์กรของข้าราชการกองทัพอากาศ มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาและตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ พฤติกรรมการใช้โซเซียลมีเดียในการสื่อสารภายในองค์กรของข้าราชการกองทัพอากาศ และเพื่อศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้โซเซียลมีเดียในการสื่อสารภายในองค์กรของข้าราชการกองทัพอากาศ ซึ่งในบทนี้ผู้วิจัยได้มีวิธีดำเนินการวิจัย ดังนี้

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

โดยมีรายละเอียดในการดำเนินงานวิจัย ดังนี้

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.1.1 ประชากร

ประชากรของการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ข้าราชการกองทัพอากาศ จำนวน 20,194 คน (ณ วันที่ 27 ตุลาคม พ.ศ.2565)

3.1.2 กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างของการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ข้าราชการกองทัพอากาศ จำนวน 295 คน ได้มาโดยการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Sampling) ในการกำหนดกลุ่มตัวอย่างของการวิเคราะห์โมเดล

ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุแบบมีตัวแปรแฝง (Causal Structural- Models with Latent Variable) (Kline, 2011) นงลักษณ์วิรัชชัย (2542) ได้เสนอว่า ขนาดตัวอย่างที่เหมาะสมควรอยู่ใน 1 ตัวแปรสังเกตได้ต่อ 10-20 เท่า หรือตัวอย่างน้อยที่สุดที่ยอมรับได้จากค่าสถิติ Holster ที่ต้องมีค่ามากกว่า 200 (Hoelter, 1983) จึงจะถือว่าโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ในการศึกษาคั้งนี้มีตัวแปรที่สังเกตได้ จำนวน 18 ตัวแปร ซึ่งต้องใช้กลุ่มตัวอย่างประมาณ 180 คนเป็นอย่างน้อย

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับการวิจัยในครั้งนี้เป็นแบบสอบถามออนไลน์ เรื่องปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้โซเชียลมีเดียในการสื่อสารภายในองค์กรของข้าราชการกองทัพอากาศซึ่งผู้วิจัยได้ค้นคว้า ตำรา จากเอกสารงานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง และทำการรวบรวมข้อมูลที่ได้จัดทำแบบสอบถาม ซึ่งมีขั้นตอนการสร้าง ดังนี้

3.2.1 ศึกษาแนวคิด ทฤษฎีและเอกสารการวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้โซเชียลมีเดียในการสื่อสารภายในองค์กรของข้าราชการกองทัพอากาศ

3.2.2 สร้างแบบสอบถามขึ้นให้สอดคล้องกับกรอบแนวคิดและวัตถุประสงค์ของการวิจัย

3.3.3 นำแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาพิจารณาตรวจสอบความถูกต้องเสนอแนะเพิ่มเติม ปรับปรุง แก้ไข เพื่อให้อ่านแล้วเกิดความเข้าใจง่าย ชัดเจน ตรงตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

3.3.4 นำแบบสอบถามที่ผ่านการพัฒนาและปรับปรุงแล้วให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 ท่าน ตรวจสอบความตรงด้านเนื้อหา (Content Validity) ของแบบสอบถามรวมทั้งตรวจสอบความถูกต้องเหมาะสมของเนื้อหา ภาษาที่ใช้ จากนั้นนำมาคำนวณหาค่าดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย (Index of Congruence หรือ IOC) จากการแทนค่าในสูตร

$$IOC = \frac{\sum R}{N} \quad (3-1)$$

กำหนดให้ $\sum R$ คือ ผลรวมของคะแนนจากผู้เชี่ยวชาญทั้งหมด

N คือ จำนวนผู้เชี่ยวชาญทั้งหมด

โดยมีเกณฑ์ในการพิจารณาค่าสอดคล้องของข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย คือค่า IOC ต้องมากกว่า 0.50 ($IOC > 0.50$) จึงจะถือว่าข้อคำถามนั้นมีความสอดคล้องกับเนื้อหา และวัตถุประสงค์ของการวิจัย (ชานินทร์ ศิลป์จารุ, 2555) และมีการปรับข้อคำถามให้สอดคล้อง ตามที่ผู้เชี่ยวชาญแนะนำ จากนั้นจึงให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบและให้ความเห็นชอบอีกครั้ง ทั้งนี้ จากการที่ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่ผ่านการพัฒนาและปรับปรุงแล้วให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 คน ผลการตรวจสอบความตรงด้านเนื้อหาของแบบสอบถาม มีค่าอยู่ที่ 0.60 - 1.00 รวมทั้งตรวจสอบ ความถูกต้องเหมาะสมของเนื้อหา ภาษาที่ใช้แล้ว พบว่าข้อคำถามส่วนใหญ่มีค่าความสอดคล้องของ เนื้อหาและวัตถุประสงค์ของการวิจัย ซึ่งแสดงให้เห็นว่าข้อคำถามเหล่านั้นมีความสอดคล้องกับ เนื้อหาและวัตถุประสงค์ของการวิจัย

3.2.5 นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบของผู้เชี่ยวชาญมาทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่ม ตัวอย่าง จำนวน 30 คน เพื่อหาค่าความเชื่อมั่นโดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาโดยวิธีการคำนวณ ของครอนบัค (Cronbach) (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2559) ค่าอัลฟาที่ได้จะแสดงถึงระดับความคงที่ของ แบบสอบถาม โดยจะมีค่าระหว่าง $0 \leq \alpha \leq 1$ ค่าที่ใกล้เคียงกับ 1 มาก แสดงว่ามีความเชื่อมั่นสูง ได้ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา ด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพ (Performance Expectancy) เท่ากับ 0.82 ด้านความคาดหวังในการใช้งาน (Effort Expectancy) เท่ากับ 0.84 ด้านอิทธิพลทางสังคม (Social Influence) เท่ากับ 0.87 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน (Facilitating Conditions) เท่ากับ 0.85 ด้านพฤติกรรมความตั้งใจใช้งาน (Behavioral Intention) เท่ากับ 0.91 และ ด้านพฤติกรรมการ ใช้งาน (Use Behavior) เท่ากับ 0.86 โดยพิจารณาเกณฑ์ค่าความเชื่อมั่น 0.70 ขึ้นไป (Hair, Black, Babin & Anderson, 2010) แสดงให้เห็นว่าข้อคำถามในแบบสอบถามนั้นมีความน่าเชื่อถือใน ระดับสูง

3.2.6 นำแบบสอบถามที่ได้ทำการแก้ไขโดยสมบูรณ์แล้วจึงนำมาใช้กับกลุ่มตัวอย่างจริง โดยในแบบสอบถามที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยครั้งนี้ประกอบไปด้วยเนื้อหา แต่ละตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อคำถามคัดกรองลักษณะของข้อคำถามเป็นการสอบถามคัดกรองผู้ตอบ แบบสอบถาม จำนวนทั้งสิ้น 1 ข้อ

ข้อที่ 1 ท่านเคยใช้โปรแกรมไลน์ในการติดต่อสื่อสารภายใน ทอ.หรือไม่ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ตอนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามลักษณะของข้อความเป็นการสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ชั้นยศ และหน่วยงาน จำนวนทั้งสิ้น 5 ข้อ

ข้อที่ 1 เพศ

เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ข้อที่ 2 อายุ

เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale)

ข้อที่ 3 ระดับการศึกษา

เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale)

ข้อที่ 4 ชั้นยศ

เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale)

ข้อที่ 5 หน่วยงาน

เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ตอนที่ 3 ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้โซเชียลมีเดียในการสื่อสารภายในองค์กรของข้าราชการกองทัพอากาศ จำนวน 18 ข้อ จำแนกเป็น 6 ด้าน ดังนี้

- 1) ด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพ (Performance Expectancy)
- 2) ด้านความคาดหวังในการใช้งาน (Effort Expectancy)
- 3) ด้านอิทธิพลทางสังคม (Social Influence)
- 4) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน (Facilitating Conditions)
- 5) ด้านความตั้งใจใช้งาน (Intention)
- 6) ด้านพฤติกรรมการใช้งาน (Use Behavior)

โดยเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยตอนที่ 3 นั้นผู้วิจัยกำหนดให้มีลักษณะการตอบเป็นแบบระดับความคิดเห็น โดยคำตอบเป็นแบบมาตราประมาณค่า (Rating Scale) 7 ระดับ ซึ่งกำหนดให้ความหมายของแต่ละระดับไว้ดังนี้

ระดับ 7 หมายถึง มีความคิดเห็นในระดับมากที่สุด

ระดับ 6 หมายถึง มีความคิดเห็นในระดับมาก

ระดับ 5 หมายถึง มีความคิดเห็นในระดับค่อนข้างมาก

ระดับ 4 หมายถึง มีความคิดเห็นในระดับปานกลาง

ระดับ 3 หมายถึง มีความคิดเห็นในระดับค่อนข้างน้อย

ระดับ 2 หมายถึง มีความคิดเห็นในระดับน้อย

ระดับ 1 หมายถึง มีความคิดเห็นในระดับน้อยที่สุด

สรุปการแปลความหมายของเกณฑ์การให้คะแนนตอนที่ 3

ค่าเฉลี่ย 6.51-7.00 หมายถึง มีความคิดเห็นในระดับมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 5.51-6.50 หมายถึง มีความคิดเห็นในระดับมาก

ค่าเฉลี่ย 4.51-5.50 หมายถึง มีความคิดเห็นในระดับค่อนข้างมาก

ค่าเฉลี่ย 3.51-4.50 หมายถึง มีความคิดเห็นในระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 2.51-3.50 หมายถึง มีความคิดเห็นในระดับค่อนข้างน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.51-2.50 หมายถึง มีความคิดเห็นในระดับน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00-1.50 หมายถึง มีความคิดเห็นในระดับน้อยที่สุด

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามออนไลน์จากกลุ่มหน่วยขึ้นตรงกองทัพอากาศ โดยมีข้อคำถามคัดกรองจำนวน 1 ข้อ ได้แก่ 1) ท่านเคยใช้แอปพลิเคชันไลน์ในการสื่อสารภายใน ทอ.หรือไม่ ถ้าผู้ตอบแบบสอบถามตอบว่าไม่เคย ผู้วิจัยจะไม่นำข้อมูลมาวิเคราะห์ โดยเก็บข้อมูลจากการแบ่งปันลิงก์ URL ของแบบสอบถามออนไลน์ ในช่วงเดือน ธันวาคม พ.ศ. 2565 มีผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 310 คน หลังจากนั้นผู้วิจัยได้ทำการคัดเลือกแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์ได้จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 295 คน นำไปวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติต่อไป

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ใช้หลักการสถิติเชิงบรรยายในการบรรยายข้อมูลและใช้หลักการสถิติเชิงอนุมาน ในการวิเคราะห์ข้อมูลที่เก็บรวบรวมมาได้โดยผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลโดยมีรายละเอียดดังนี้

3.4.1 วิเคราะห์ค่าสถิติเชิงบรรยายของกลุ่มตัวอย่างที่ได้ทำการเก็บข้อมูล เพื่ออธิบายลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยวิธีการคำนวณหาค่าความถี่ (Frequency) ร้อยละ

(Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ค่าความเบ้ (Skewness) และค่าความโด่ง (Kurtosis)

3.4.2 สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ใช้การวิเคราะห์โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุเพื่อหาเส้นทางอิทธิพลเชิงสาเหตุของตัวแปร หาขนาดอิทธิพล และทิศทางว่าเป็นอย่างไร จากแนวคิดและทฤษฎีที่ผู้วิจัยใช้ อ้างอิงมีการทดสอบความสอดคล้องกลมกลืนระหว่างรูปแบบสมมุติฐานกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ค่าสถิติ CMIN/DF น้อยกว่า 3.00 ค่า GFI, AGFI, CFI ตั้งแต่ 0.90 ขึ้นไป และค่า RMSEA, SRMR น้อยกว่า 0.08 ซึ่งสอดคล้องกับสถิติวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (อภิญา อิงอาจ, 2565) ดังตารางที่ 3.1

ตารางที่ 3.1 ค่าสถิติที่ใช้ทดสอบความสอดคล้องและความกลมกลืน โมเดล

ลำดับ	ค่าสถิติ / ค่าดัชนี	เกณฑ์การพิจารณา
1	Probability	> 0.05
2	CMIN/DF	< 3.00
3	GFI	≥ 0.90
4	AGFI	≥ 0.90
5	TLI	≥ 0.90
6	CFI	≥ 0.90
7	RMSEA	< 0.08
8	SRMR	< 0.08
9	Hoelter	> 200

สูตรคำนวณค่าสถิติทดสอบความสอดคล้องและความกลมกลืน โมเดล

1) ค่าสถิติไค-สแควร์ (Chi-square) เป็นค่าสถิติการวัดความสอดคล้องโดยพิจารณาความสอดคล้องมากกว่าทดสอบความถูกต้องของโมเดลที่สร้างขึ้นว่ามีความถูกต้องหรือไม่ หากค่าสถิติไค-สแควร์ มีค่าเข้าใกล้ศูนย์แสดงว่าโมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ หาได้จากสูตร (กฤติยาภรณ์ มีเกษ, 2558)

$$\chi^2 = (n - 1)(s - \Sigma) \quad (3-2)$$

โดยที่ n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

s = ค่าความแปรปรวน-ความแปรปรวนร่วมของข้อมูลเชิงประจักษ์

Σ = ค่าความแปรปรวน-ความแปรปรวนร่วมของข้อมูลตามสมมติฐาน

2) ค่าไค-สแควร์สัมพัทธ์ (CMIN/df) ในกรณีที่กลุ่มตัวอย่างมีปริมาณมากหากใช้เพียงค่าสถิติไค-สแควร์ (Chi-Square) ในการทดสอบอาจทำให้เกิดความคลาดเคลื่อนและมีแนวโน้มในการที่จะปฏิเสธสมมติฐานได้สูง จึงต้องนำค่าไค-สแควร์สัมพัทธ์หรือค่า CMIN/df มาพิจารณาประกอบด้วย โดยมีเกณฑ์ในการพิจารณาคือต้องมีค่าน้อยกว่า 2 ยิ่งค่า CMIN/df มีค่าเข้าใกล้ 0 มากก็ยิ่งทำให้โมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์มากขึ้นตามไปด้วย จำนวนได้จากสูตร

$$CMIN/DF = \frac{\chi^2}{df} \quad (3-3)$$

โดยที่ $CMIN/DF < 2$

χ^2 = ค่าสถิติไค-สแควร์ (Chi-Square)

df = ค่าองศาอิสระ

3) ค่าดัชนีความสอดคล้อง (Goodness-of-Fit Index: GFI) เป็นค่าอัตราส่วนระหว่างฟังก์ชันความสอดคล้องของโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์ หากค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้องมีค่าเข้าใกล้ 1 มาก แสดงว่าโมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์มาก จำนวนได้จากสูตร

$$GFI = 1 - \frac{\chi^2(Default)}{\chi^2(Indep)} \quad (3-4)$$

โดยที่ $0 < GFI < 1$

$\chi^2(Default)$ = ค่าสถิติไค-สแควร์ของโมเดลผู้วิจัย

$\chi^2(Indep)$ = ค่าสถิติไค-สแควร์ของโมเดลอิสระ ตัวแปรทุกตัวเป็นอิสระ

ต่อกัน

4) ค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้องที่ปรับแก้แล้ว (Adjusted Goodness of fit index: AGFI) เป็นการนำค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้อง (GFI) มาปรับแก้ด้วยองศาความเป็นอิสระ โดย

ปกติแล้วค่า AGFI จะมีค่าอยู่ระหว่าง 0 ถึง 1 ซึ่งค่า AGFI ที่ดีและเป็นที่ยอมรับจะต้องมีค่ามากกว่า 0.95 ขึ้นไป คำนวณได้จากสูตร

$$AGFI = 1 - \left[(1 - GFI) \frac{k(k+1)}{2df} \right] \quad (3-5)$$

โดยที่ $0 \leq GFI, AGFI \leq 1$

df = ค่าองศาอิสระ

k = จำนวนพารามิเตอร์ในโมเดล

5) ค่าดัชนีวัดระดับความเหมาะสมไม่อิงเกณฑ์ (Tucker – Lewis Index: TLI) คำนวณได้จากสูตร

$$TLI = \frac{\frac{\chi^2(Indep)}{df(Indep)} - \frac{\chi^2(Default)}{df(Default)}}{\frac{\chi^2(Indep)}{df(Indep)} - 1} \quad (3-6)$$

โดยที่ $0 < TLI < 1$

χ^2 (Default) = ค่าสถิติไค-สแควร์ของโมเดลผู้วิจัย

χ^2 (Indep) = ค่าสถิติไค-สแควร์ของโมเดลอิสระ ตัวแปรทุกตัวเป็นอิสระ

ต่อกัน

df = ค่าองศาอิสระ

6) ค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้องที่เพิ่มขึ้น (Incremental Fit Index: IFI) คำนวณได้จากสูตร

$$IFI = \frac{\chi^2(Indep) - \chi^2(Default)}{\chi^2(Indep) - df(Default)} \quad (3-7)$$

โดยที่ $0 < IFI < 1$

χ^2 (Default) = ค่าสถิติไค-สแควร์ของโมเดลผู้วิจัย

χ^2

(Indep) = ค่าสถิติไค-สแควร์ของโมเดลอิสระ ตัวแปรทุกตัวเป็นอิสระต่อกัน

df = ค่าองศาอิสระ

7) ค่าดัชนีความคลาดเคลื่อนในการประมาณค่าพารามิเตอร์ (Root Mean Square Error of Approximation: RMSEA) คำนวณได้จากสูตร

$$RMSEA = \sqrt{\frac{\chi^2}{(n-1)df(Default)} - \frac{df(Default)}{(n-1)df(Default)}} \quad (3-8)$$

โดยที่ $RMSEA \leq 0.08$

$\chi^2(Default)$ = ค่าสถิติไค-สแควร์ของโมเดลผู้วิจัย

df = ค่าองศาอิสระ

3.4.4 ดำเนินการปรับโมเดลหากโมเดลไม่มีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์

3.4.5 สรุปผลและอภิปรายผลการวิเคราะห์

บทที่ 4

ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้โซเชียลมีเดียในการสื่อสารภายในองค์กรของข้าราชการกองทัพอากาศ มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาและตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุพฤติกรรมการใช้โซเชียลมีเดียในการสื่อสารภายในองค์กรของข้าราชการกองทัพอากาศ และเพื่อศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้โซเชียลมีเดียในการสื่อสารภายในองค์กรของข้าราชการกองทัพอากาศ โดยผู้วิจัยได้แบ่งการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้น

4.1.1 ผลการวิเคราะห์จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม

4.1.2 ผลการวิเคราะห์ลักษณะตัวแปรในการวิจัย

4.1.3 ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้

4.2 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันและ โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุโดยใช้วิธีการวิเคราะห์เทคนิคสมการโครงสร้างเพื่อหาเส้นทางอิทธิพลเชิงสาเหตุของตัวแปร

4.2.1 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน

4.2.2 ผลการวิเคราะห์โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ

ค่าสถิติ

\bar{X}	หมายถึง	ค่าเฉลี่ย (Mean)
S.D.	หมายถึง	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
λ	หมายถึง	สัมประสิทธิ์น้ำหนักปัจจัย (Factor Loading)
R^2	หมายถึง	สัมประสิทธิ์การทำนาย (Coefficient Determination)
χ^2	หมายถึง	ค่าสถิติไค-สแควร์ (Chi-Square Statistics)
CMIN/DF	หมายถึง	ค่าไค-สแควร์สัมพัทธ์ (Relative Chi-Square)
GFI	หมายถึง	ดัชนีวัดระดับความสอดคล้อง (Goodness of Fit Index)

AGFI	หมายถึง	ดัชนีวัดระดับความสอดคล้องที่ปรับแก้แล้ว (Adjusted Goodness of Fit Index)
RMSEA	หมายถึง	ดัชนีรากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของการประมาณค่าความคลาดเคลื่อน (Root Mean Square Error of Approximation)
Sk	หมายถึง	ระดับความเอนเอียงหรือความไม่สมมาตรของการแจกแจงของข้อมูล (Skewness)
Ku	หมายถึง	ระดับความสูงโด่งของการแจกแจงของข้อมูล (Kurtosis)
R	หมายถึง	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร
***	หมายถึง	มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001
**	หมายถึง	มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01
*	หมายถึง	มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้น

4.1.1 ผลการวิเคราะห์จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม

หลังจากที่ผู้วิจัยดำเนินการเก็บข้อมูลโดยวิธีการแชร์แบบสอบถามออนไลน์จากข้าราชการกองทัพอากาศ ได้แบบสอบถามจำนวนทั้งสิ้น 300 ฉบับ มาคัดเลือกแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์จำนวน 295 ฉบับ และเมื่อทำการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลแล้วสามารถนำมาวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นของกลุ่มตัวอย่าง แสดงในตารางที่ 4.1 ดังนี้

ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
ใช้แอปพลิเคชันไลน์ในการสื่อสารภายในองค์กรหรือไม่		
- เคย	295	100.00
- ไม่เคย	0	0
รวม	295	100.00
เพศ		
- หญิง	191	64.70
- ชาย	104	35.30
รวม	295	100.00

ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม (ต่อ)

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
อายุ		
- น้อยกว่าหรือเท่ากับ 25 ปี	45	15.30
- 26 - 35 ปี	172	58.30
- 36 - 45 ปี	47	15.90
- 46 ปี ขึ้นไป	31	10.5
รวม	295	100.00
ระดับการศึกษา		
- ต่ำกว่าปริญญาตรี	55	18.60
- ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	189	64.10
- สูงกว่าปริญญาตรี	51	17.30
รวม	295	100.00
ชั้นยศ		
- นายทหารชั้นประทวน	147	49.80
- นายทหารชั้นสัญญาบัตร	148	50.20
หน่วยงาน		
- กรมแพทย์ทหารอากาศ	13	4.41
- โรงเรียนนายเรืออากาศนวมินทกษัตริยาธิราช	98	33.22
- กรมยุทธศึกษาทหารอากาศ	12	4.07
- กรมควบคุมการปฏิบัติทางอากาศ	3	1.02
- กรมสารบรรณทหารอากาศ	10	3.39
- กองบิน 2	5	1.69
- กองบิน 3	3	1.02
- กองบิน 4	4	1.36
- กองบิน 5	4	1.36
- กองบิน 6	11	3.73
- กองบิน 7	4	1.36
- กองบิน 21	19	6.44
- กองบิน 46	2	0.68

ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม (ต่อ)

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
หน่วย		
- กรมช่างโยธาทหารอากาศ	2	0.68
- สำนักงานผู้บังคับทหารอากาศดอนเมือง	12	4.07
- สถาบันเวชศาสตร์การบินกองทัพอากาศ	1	0.34
- กรมจเรทหารอากาศ	1	0.34
- กรมสวัสดิการทหารอากาศ	4	1.36
- กรมขนส่งทหารอากาศ	1	0.34
- กรมกิจการพลเรือนทหารอากาศ	26	8.81
- โรงเรียนการบินกำแพงแสน	2	0.68
- กรมยุทธการทหารอากาศ	2	0.68
- ศูนย์ไซเบอร์กองทัพอากาศ	1	0.34
- กรมขนส่งกองทัพอากาศ	1	0.34
- สำนักงานนิรภัยทหารอากาศ	6	2.03
- กรมการเงินกองทัพอากาศ	4	1.36
- กรมสื่อสารอิเล็กทรอนิกส์ทหารอากาศ	17	5.76
- แผนกประชาสัมพันธ์กรมกิจการพลเรือนทหารอากาศ	5	1.69
- กรมบัญชาการกองทัพอากาศ	22	7.46
รวม	295	100.00

จากตารางที่ 4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามทุกคนเคยใช้แอปพลิเคชันไลน์ในการสื่อสารภายในองค์กรจากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 295 คน พบว่า ใน ด้านเพศ เพศชายมากที่สุด จำนวน 191 คน คิดเป็นร้อยละ 64.70 รองลงมาคือ เพศหญิง จำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 35.30 ในด้านอายุ ช่วงอายุที่มากที่สุดคือ อายุ 26-35 ปี จำนวน 172 คน คิดเป็นร้อยละ 58.30 รองลงมาคือ อายุ 36-45 ปี จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 15.90 ลำดับรองลงมาคือ อายุ น้อยกว่าหรือเท่ากับ 25 ปี จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 13.50 และน้อยที่สุด คือ อายุ 46 ปีขึ้นไป จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 10.50 ในด้านระดับการศึกษาที่มากที่สุด คือ ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า จำนวน 189 คน คิดเป็นร้อยละ 64.10 รองลงมาคือ ต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 18.60 และน้อยที่สุดคือ สูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ

17.30 ในด้านชั้นยศที่มากที่สุด คือ นายทหารชั้นสัญญาบัตร จำนวน 148 คน คิดเป็นร้อยละ 50.20 รองมาคือ นายทหารชั้นประทวน จำนวน 147 คน คิดเป็นร้อยละ 49.80 ในด้านหน่วยงาน

4.1.2 ผลการวิเคราะห์ลักษณะตัวแปรในการวิจัย

ผลจากการวิเคราะห์ลักษณะตัวแปรในการวิจัยของค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความเบ้ ความโด่งและความหมายของข้อคำถามในแต่ละข้อ แต่ละด้าน ทั้ง 6 ด้าน ได้แก่

- 1) ด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพ (Performance Expectancy)
- 2) ด้านความคาดหวังในการใช้งาน (Effort Expectancy)
- 3) ด้านอิทธิพลทางสังคม (Social Influence)
- 4) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน (Facilitating Conditions)
- 5) ด้านความตั้งใจใช้งาน (Intention)
- 6) ด้านพฤติกรรมการใช้งาน (Use Behavior)

ตารางที่ 4.2 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความเบ้ ความโด่ง และความหมายของด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพ (Performance Expectancy)

รายการ	\bar{X}	S.D.	ความหมาย	Sk	Ku	ความหมาย
1. ท่านคิดว่าแอปพลิเคชันไลน์ช่วยให้ท่านได้รับข้อมูลข่าวสารอย่างรวดเร็ว	6.51	0.55	มากที่สุด	-0.65	0.09	มีการแจกแจงแบบปกติ
2. ท่านคิดว่าแอปพลิเคชันไลน์ทำให้การติดต่อสื่อสารภายในองค์กรมีความสะดวกมากขึ้น	6.61	0.51	มากที่สุด	-0.84	0.39	มีการแจกแจงแบบปกติ
3. ท่านคิดว่าแอปพลิเคชันไลน์ทำให้การติดต่อสื่อสารภายในองค์กรได้อย่างรวดเร็ว	6.54	0.56	มากที่สุด	-0.23	-1.75	มีการแจกแจงแบบปกติ
ภาพรวม	6.55	0.44	มากที่สุด	-0.37	-1.34	มีการแจกแจงแบบปกติ

จากตารางที่ 4.2 ปรากฏว่า ด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 6.55 หรือในระดับมากที่สุด เมื่อจำแนกเป็นรายข้อปรากฏว่า ข้อที่ 2 ท่านคิดว่าแอปพลิเคชันไลน์ ทำให้การติดต่อสื่อสารภายในองค์กรมีความสะดวกมากขึ้น มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดเท่ากับ 6.61 หรือในระดับมาก

ที่สุด รองลงมาคือ ข้อที่ 3 ท่านคิดว่าแอปพลิเคชันไลน์ ทำให้การติดต่อสื่อสารภายในองค์กรได้อย่างรวดเร็ว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 6.54 หรือในระดับมากที่สุด และข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ ข้อที่ 1 ท่านคิดว่าแอปพลิเคชันไลน์ ช่วยให้ท่านได้รับข้อมูลข่าวสารอย่างรวดเร็ว ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 6.51 หรือในระดับมากที่สุดและมีค่าของความเบี่ยงอยู่ระหว่าง - 0.65 ถึง -0.23 ค่าความโด่งอยู่ระหว่าง - 1.753 ถึง 0.30 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ไม่เกิน ± 3.00 แสดงว่าข้อมูลมีการแจกแจงแบบปกติ

ตารางที่ 4.3 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความเบ้ ความโด่ง และความหมายของด้านความคาดหวังในการใช้งาน (Effort Expectancy)

รายการ	\bar{X}	S.D.	ความหมาย	Sk	Ku	ความหมาย
1. ท่านคิดว่าแอปพลิเคชันไลน์ มีรูปแบบหน้าจอที่ไม่ซับซ้อน	6.47	0.50	มาก	0.05	-1.80	มีการแจกแจงแบบปกติ
2. ท่านคิดว่าแอปพลิเคชันไลน์ สามารถเรียนรู้วิธีการใช้งานได้ง่าย	6.42	0.49	มาก	0.31	-1.91	มีการแจกแจงแบบปกติ
3. ท่านสามารถเพิ่มทักษะการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ ได้ด้วยตนเอง	6.59	0.50	มากที่สุด	- 0.43	-1.61	มีการแจกแจงแบบปกติ
ภาพรวม	6.49	0.43	มาก	0.08	-1.71	มีการแจกแจงแบบปกติ

จากตารางที่ 4.3 ปรากฏว่า ด้านความคาดหวังในการใช้งาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 6.49 หรือในระดับมาก เมื่อจำแนกเป็นรายข้อปรากฏว่า ข้อที่ 3 ท่านสามารถเพิ่มทักษะการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ ได้ด้วยตนเอง มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดเท่ากับ 6.59 หรือในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ ท่านคิดว่าแอปพลิเคชันไลน์ มีรูปแบบหน้าจอที่ไม่ซับซ้อน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 6.47 หรือในระดับมาก และข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ ท่านคิดว่าแอปพลิเคชันไลน์ สามารถเรียนรู้วิธีการใช้งานได้ง่าย ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 6.42 หรือในระดับมากและมีค่าของความเบี่ยงอยู่ระหว่าง - 0.43 ถึง 0.31 ค่าความโด่งอยู่ระหว่าง - 1.91 ถึง - 1.61 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ไม่เกิน ± 3.00 แสดงว่าข้อมูลมีการแจกแจงแบบปกติ

ตารางที่ 4.4 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความเบ้ ความโด่ง และความหมายของด้านอิทธิพลทางสังคม (Social Influence)

รายการ	\bar{X}	S.D.	ความหมาย	Sk	Ku	ความหมาย
1. การติดต่อสื่อสารระหว่างหน่วยงานภายในองค์กร ทำให้ท่านใช้แอปพลิเคชันไลน์	6.48	0.50	มาก	0.08	-2.00	มีการแจกแจงแบบปกติ
2. วัฒนธรรมองค์กรทำให้ท่านใช้แอปพลิเคชันไลน์ ในการติดต่อสื่อสารภายในองค์กร	6.48	0.49	มาก	0.29	-1.92	มีการแจกแจงแบบปกติ
3. รูปแบบการสื่อสารที่เปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัยทำให้ท่านใช้แอปพลิเคชันไลน์ ในการสื่อสารภายในองค์กร	6.53	0.50	มากที่สุด	-0.20	-1.76	มีการแจกแจงแบบปกติ
ภาพรวม	6.47	0.44	มาก	0.11	-1.74	มีการแจกแจงแบบปกติ

จากตารางที่ 4.4 ปรากฏว่า ด้านอิทธิพลทางสังคม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 6.47 หรือในระดับมาก เมื่อจำแนกเป็นรายข้อปรากฏว่า ข้อที่ 3 รูปแบบการสื่อสารที่เปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัยทำให้ท่านใช้แอปพลิเคชันไลน์ ในการสื่อสารภายในองค์กร มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดเท่ากับ 6.53 หรือในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ ข้อที่ 1 การติดต่อสื่อสารระหว่างหน่วยงานภายในองค์กร ทำให้ท่านใช้แอปพลิเคชันไลน์ และ ข้อที่ 2 วัฒนธรรมองค์กรทำให้ท่านใช้แอปพลิเคชันไลน์ ในการติดต่อสื่อสารภายในองค์กร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 6.48 หรือในระดับมาก และมีค่าของความเบ้อยู่ระหว่าง -0.20 ถึง 0.29 ค่าความโด่งอยู่ระหว่าง -2.00 ถึง -1.76 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ไม่เกิน ± 3.00 แสดงว่าข้อมูลมีการแจกแจงแบบปกติ

ตารางที่ 4.5 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความเบ้ ความโด่ง และความหมายของด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน (Facilitating Conditions)

รายการ	\bar{X}	S.D.	ความหมาย	Sk	Ku	ความหมาย
1. การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีทำให้ท่านใช้แอปพลิเคชันไลน์ ในการสื่อสารภายในองค์กร	6.47	0.51	มาก	-0.03	-1.63	มีการแจกแจงแบบปกติ
2. ท่านสามารถใช้แอปพลิเคชันไลน์ ในการติดต่อสื่อสารภายในองค์กรได้ตลอดเวลา	6.45	0.50	มาก	0.10	-1.79	มีการแจกแจงแบบปกติ

ตารางที่ 4.5 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความเบ้ ความโด่ง และความหมายของด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน (Facilitating Conditions) (ต่อ)

รายการ	\bar{X}	S.D.	ความหมาย	Sk	Ku	ความหมาย
3. ท่านคิดว่าลักษณะงานของท่านไม่ เป็นอุปสรรคต่อการใช้งานแอปพลิเคชัน ชั้นไลน์ ในการติดต่อสื่อสารภายใน องค์กร	6.42	0.50	มาก	0.15	-1.60	มีการแจกแจง แบบปกติ
ภาพรวม	6.44	0.43	มาก	0.13	-1.65	มีการแจกแจง แบบปกติ

จากตารางที่ 4.5 ปรากฏว่า ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 6.44 หรือในระดับมาก เมื่อจำแนกเป็นรายข้อปรากฏว่า ข้อที่ 1 การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีทำให้ท่านใช้แอปพลิเคชันไลน์ ในการสื่อสารภายในองค์กร มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดเท่ากับ 6.47 หรือในระดับมาก รองลงมาคือ ข้อที่ 2 ท่านสามารถใช้แอปพลิเคชันไลน์ ในการติดต่อสื่อสารภายในองค์กรได้ตลอดเวลา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 6.45 หรือในระดับมาก และข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ ข้อที่ 3 ท่านคิดว่าลักษณะงานของท่านไม่อุปสรรคต่อการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ ในการติดต่อสื่อสารภายในองค์กร ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 6.42 หรือในระดับมากและมีค่าของความเบ้อยู่ระหว่าง -0.03 ถึง -0.15 ค่าความโด่งอยู่ระหว่าง -1.79 ถึง -1.60 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ไม่เกิน ± 3.00 แสดงว่าข้อมูลมีการแจกแจงแบบปกติ

ตารางที่ 4.6 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความเบ้ ความโด่ง และความหมายของด้านความตั้งใจใช้งาน (Intention)

รายการ	\bar{X}	S.D.	ความหมาย	Sk	Ku	ความหมาย
1. ท่านตั้งใจจะใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ ในการติดต่อสื่อสารภายในองค์กรเสมอ	6.27	0.45	มาก	0.90	-0.87	มีการแจกแจง แบบปกติ
2. ท่านตั้งใจจะใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ ในการติดต่อสื่อสารภายในองค์กรอย่าง ต่อเนื่อง	6.32	0.46	มาก	0.78	-1.39	มีการแจกแจง แบบปกติ
3. ท่านตั้งใจจะแนะนำผู้ได้บังคับบัญชา ให้ใช้แอปพลิเคชันไลน์ ในการ ติดต่อสื่อสารภายในองค์กร	6.29	0.46	มาก	0.83	-1.01	มีการแจกแจง แบบปกติ
ภาพรวม	6.29	0.41	มาก	0.87	-0.93	มีการแจกแจง แบบปกติ

จากตารางที่ 4.6 ปรากฏว่า ด้านความตั้งใจใช้งาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 6.29 หรือในระดับมาก เมื่อจำแนกเป็นรายข้อปรากฏว่า ข้อที่ 2 ท่านตั้งใจจะใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ ในการติดต่อสื่อสารภายในองค์กรอย่างต่อเนื่อง มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 6.32 หรือในระดับมาก รองลงมาคือ ข้อที่ 3 ท่านตั้งใจจะแนะนำผู้ใต้บังคับบัญชาให้ใช้แอปพลิเคชันไลน์ ในการติดต่อสื่อสารภายในองค์กร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 6.29 หรือในระดับมาก และข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ ข้อที่ 1 ท่านตั้งใจจะใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ ในการติดต่อสื่อสารภายในองค์กรเสมอ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 6.27 หรือในระดับมากและมีค่าของความเบ้อยู่ระหว่าง 0.78 ถึง 0.90 ค่าความโด่งอยู่ระหว่าง -1.39 ถึง -0.87 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ไม่เกิน ± 3.00 แสดงว่าข้อมูลมีการแจกแจงแบบปกติ

ตารางที่ 4.7 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความเบ้ ความโด่ง และความหมายของด้านพฤติกรรมการใช้งาน (Use Behavior)

รายการ	\bar{X}	S.D.	ความหมาย	Sk	Ku	ความหมาย
1. ท่านใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ ในการติดต่อสื่อสารภายในองค์กร อยู่บ่อยครั้ง	6.55	-0.35	มากที่สุด	-0.35	-1.51	มีการแจกแจงแบบปกติ
2. ท่านใช้งาน แอปพลิเคชันไลน์ ในการติดต่อสื่อสารภายในองค์กร อย่างสม่ำเสมอ	6.47	-0.81	มาก	-0.81	3.70	มีการแจกแจงแบบปกติ
3. ท่านใช้งาน แอปพลิเคชันไลน์ ในการติดต่อสื่อสารภายในองค์กร เป็นประจำ	6.49	-0.17	มาก	-0.17	-1.47	มีการแจกแจงแบบปกติ
ภาพรวม	6.50	0.47	มาก	-0.60	-1.83	มีการแจกแจงแบบปกติ

จากตารางที่ 4.7 ปรากฏว่า ด้านพฤติกรรมการใช้งาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 6.50 หรือในระดับมาก เมื่อจำแนกเป็นรายข้อปรากฏว่า ข้อที่ 1 ท่านใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ ในการติดต่อสื่อสารภายในองค์กร อยู่บ่อยครั้ง มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 6.55 หรือในระดับมาก รองลงมาคือ ข้อที่ 3 ท่านใช้งาน แอปพลิเคชันไลน์ ในการติดต่อสื่อสารภายในองค์กร เป็นประจำ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 6.49 หรือในระดับมาก และข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ ข้อที่ 2 ท่านใช้งาน แอปพลิเคชันไลน์ ในการติดต่อสื่อสารภายในองค์กร อย่างสม่ำเสมอ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 6.47 หรือในระดับมากและมีค่าของความเบ้อยู่ระหว่าง -0.81 ถึง -0.17 ค่าความโด่งอยู่ระหว่าง -1.51 ถึง 3.70 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ไม่เกิน ± 10.00 แสดงว่าข้อมูลมีการแจกแจงแบบปกติ

4.1.3 ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้

การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรในโมเดลเชิงสาเหตุจะทำให้ทราบถึงระดับความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้แต่ละคู่ในโมเดลสมมติฐาน มีรายละเอียดผลการวิเคราะห์ ดังนี้



ตารางที่ 4.8 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้

Correlations																		
	PE1	PE2	PE3	EE1	EE2	EE3	SI1	SI2	SI3	FC1	FC2	FC3	BI1	BI2	BI3	UB1	UB2	UB3
PE1	1																	
PE2	.543**	1																
PE3	.482**	.673**	1															
EE1	.333**	.565**	.473**	1														
EE2	.349**	.509**	.552**	.889**	1													
EE3	.227**	.340**	.467**	.511**	.559**	1												
SI1	.318**	.427**	.537**	.430**	.457**	.371**	1											
SI2	.367**	.460**	.598**	.353**	.452**	.413**	.724**	1										
SI3	.348**	.517**	.496**	.538**	.481**	.563**	.644**	.609**	1									
FC1	.274**	.497**	.512**	.405**	.363**	.457**	.616**	.516**	.680**	1								
FC2	.297**	.413**	.529**	.416**	.438**	.624**	.537**	.554**	.700**	.522**	1							
FC3	.400**	.535**	.537**	.522**	.446**	.437**	.645**	.454**	.614**	.588**	.691**	1						
BI1	.359**	.361**	.463**	.563**	.600**	.411**	.333**	.399**	.338**	.304**	.506**	.481**	1					
BI2	.289**	.381**	.466**	.475**	.562**	.304**	.423**	.424**	.330**	.351**	.379**	.375**	.708**	1				
BI3	.421**	.437**	.469**	.557**	.626**	.386**	.463**	.472**	.346**	.272**	.516**	.507**	.708**	.662**	1			
UB1	.422**	.537**	.521**	.409**	.381**	.252**	.419**	.534**	.548**	.526**	.360**	.371**	.417**	.432**	.365**	1		
UB2	.335**	.391**	.405**	.367**	.340**	.276**	.366**	.423**	.467**	.430**	.379**	.405**	.410**	.329**	.406**	.716**	1	
UB3	.335**	.464**	.341**	.447**	.409**	.308**	.407**	.455**	.520**	.498**	.344**	.359**	.409**	.463**	.376**	.752**	.735**	1

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed)

จากตารางที่ 4.8 ผลการวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) ระหว่างตัวแปรสังเกตได้ในปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้โซเชียลมีเดียในการสื่อสารภายในองค์กรของข้าราชการกองทัพอากาศ จำนวน 18 ตัวแปร โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน ได้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) ของตัวแปรจำนวน 153 คู่ มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) ที่แตกต่างจากศูนย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 จำนวน 153 คู่ ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) ระหว่างตัวแปรที่มีความสัมพันธ์ทางบวกจำนวน 153 คู่ และไม่มีความสัมพันธ์ทางลบ คู่ตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กันสูงสุดมี 1 คู่ คือ ท่านคิดว่าแอปพลิเคชันไลน์ สามารถเรียนรู้วิธีการใช้งานได้ง่าย (EE2) และ ท่านคิดว่าแอปพลิเคชันไลน์ มีรูปแบบหน้าจอที่ไม่ซับซ้อน (EE1) ซึ่งมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.889 รองลงมา มี 1 คู่ คือ ท่านใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ในการติดต่อสื่อสารภายในองค์กรเป็นประจำ (UB3) และ ท่านใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ ในการติดต่อสื่อสารภายในองค์กรอยู่บ่อยครั้ง (UB1) ซึ่งมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.752 และ น้อยที่สุดมี 1 คู่ คือ ท่านสามารถเพิ่มทักษะการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ได้ด้วยตนเอง (EE3) และ ท่านคิดว่าแอปพลิเคชันไลน์ช่วยให้ท่านได้รับข้อมูลข่าวสารอย่างรวดเร็ว (PE1) ซึ่งมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.227

ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้ในกลุ่มตัวแปรแฝงด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพ จำนวน 3 ตัวแปร มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) อยู่ในช่วง 0.482 ถึง 0.673 คู่ตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กันสูงสุดมี 1 คู่ คือ ท่านคิดว่าแอปพลิเคชันไลน์ทำให้การติดต่อสื่อสารภายในองค์กรได้อย่างรวดเร็ว (PE3) และ ท่านคิดว่าแอปพลิเคชันไลน์ทำให้การติดต่อสื่อสารภายในองค์กรมีความสะดวกมากขึ้น (PE2) ซึ่งมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.673 รองลงมา คือ ท่านคิดว่าแอปพลิเคชันไลน์ทำให้การติดต่อสื่อสารภายในองค์กรมีความสะดวกมากขึ้น (PE2) และ ท่านคิดว่าแอปพลิเคชันไลน์ช่วยให้ท่านได้รับข้อมูลข่าวสารอย่างรวดเร็ว (PE1) มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.543 และ น้อยที่สุดคือ ท่านคิดว่าแอปพลิเคชันไลน์ทำให้การติดต่อสื่อสารภายในองค์กรได้อย่างรวดเร็ว (PE3) และ ท่านคิดว่าแอปพลิเคชันไลน์ช่วยให้ท่านได้รับข้อมูลข่าวสารอย่างรวดเร็ว (PE1) มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.482

ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้ในกลุ่มตัวแปรแฝงด้านความคาดหวังในการใช้งาน จำนวน 3 ตัวแปร มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) อยู่ในช่วง 0.227 ถึง 0.889 คู่ตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กันสูงสุดมี 1 คู่ คือ ท่านคิดว่าแอปพลิเคชันไลน์สามารถเรียนรู้วิธีการใช้งานได้ง่าย (EE2) และ ท่านคิดว่าแอปพลิเคชันไลน์มีรูปแบบหน้าจอที่ไม่ซับซ้อน (EE1) ซึ่งมีค่าสัมประสิทธิ์

สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.889 รองลงมา คือ ท่านคิดว่าแอปพลิเคชันไลน์มีรูปแบบหน้าจอที่ไม่ซับซ้อน (EE1) และท่านคิดว่าแอปพลิเคชันไลน์ทำให้การติดต่อสื่อสารภายในองค์กรมีความสะดวกมากขึ้น (PE2) มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.565 และน้อยที่สุดคือ ท่านสามารถเพิ่มทักษะการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ ได้ด้วยตนเอง (EE3) และท่านคิดว่าแอปพลิเคชันไลน์ช่วยให้ท่านได้รับข้อมูลข่าวสารอย่างรวดเร็ว (PE1) มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.227

ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้ ในกลุ่มตัวแปรแฝงด้านอิทธิพลทางสังคม จำนวน 3 ตัวแปร มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) อยู่ในช่วง 0.318 ถึง 0.724 คู่ตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กันสูงที่สุดมี 1 คู่ คือ วัฒนธรรมองค์กรทำให้ท่านใช้แอปพลิเคชันไลน์ ในการติดต่อสื่อสารภายในองค์กร (SI2) และการติดต่อสื่อสารระหว่างหน่วยงานภายในองค์กรทำให้ท่านใช้แอปพลิเคชันไลน์ (SI1) ซึ่งมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.724 รองลงมา คือ รูปแบบการสื่อสารที่เปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัยทำให้ท่านใช้แอปพลิเคชันไลน์ในการสื่อสารภายในองค์กร (SI3) และการติดต่อสื่อสารระหว่างหน่วยงานภายในองค์กรทำให้ท่านใช้แอปพลิเคชันไลน์ (SI1) มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.644 และน้อยที่สุดคือ การติดต่อสื่อสารระหว่างหน่วยงานภายในองค์กรทำให้ท่านใช้แอปพลิเคชันไลน์ (SI1) และท่านคิดว่าแอปพลิเคชันไลน์ช่วยให้ท่านได้รับข้อมูลข่าวสารอย่างรวดเร็ว (PE1) มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.318

ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้ ในกลุ่มตัวแปรแฝงด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งานจำนวน 3 ตัวแปร มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) อยู่ในช่วง 0.274 ถึง 0.700 คู่ตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กันสูงที่สุดมี 1 คู่ คือ ท่านสามารถใช้แอปพลิเคชันไลน์ในการติดต่อสื่อสารภายในองค์กรได้ตลอดเวลา (FC2) และรูปแบบการสื่อสารที่เปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัยทำให้ท่านใช้แอปพลิเคชันไลน์ในการสื่อสารภายในองค์กร (SI3) ซึ่งมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.700 รองลงมา คือ ท่านคิดว่าลักษณะงานของท่านไม่เป็นอุปสรรคต่อการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ในการติดต่อสื่อสารภายในองค์กร (FC3) และท่านสามารถใช้แอปพลิเคชันไลน์ในการติดต่อสื่อสารภายในองค์กรได้ตลอดเวลา (FC2) ซึ่งมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.691 และน้อยที่สุดคือ การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีทำให้ท่านใช้แอปพลิเคชันไลน์ ในการสื่อสารภายในองค์กร (FC1) และท่านคิดว่าแอปพลิเคชันไลน์ช่วยให้ท่านได้รับข้อมูลข่าวสารอย่างรวดเร็ว (PE1) มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.274

ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้ ในกลุ่มตัวแปรแฝงด้านความตั้งใจใช้งาน จำนวน 3 ตัวแปร มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) อยู่ในช่วง 0.289 ถึง 0.708 คู่ตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กันสูงสุดมี 2 คู่ ซึ่งคู่ที่ 1 คือ ท่านตั้งใจจะใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ในการติดต่อสื่อสารภายในองค์กรอย่างต่อเนื่อง (BI2) และท่านตั้งใจจะใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ในการติดต่อสื่อสารภายในองค์กรเสมอ (BI1) และคู่ที่ 2 คือ ท่านตั้งใจจะแนะนำผู้ได้บังคับบัญชาให้ใช้แอปพลิเคชันไลน์ในการติดต่อสื่อสารภายในองค์กร (BI3) และท่านตั้งใจจะใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ในการติดต่อสื่อสารภายในองค์กรเสมอ (BI1) ซึ่งมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.708 รองลงมา คือ ท่านตั้งใจจะแนะนำผู้ได้บังคับบัญชาให้ใช้แอปพลิเคชันไลน์ในการติดต่อสื่อสารภายในองค์กร (BI3) และท่านตั้งใจจะใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ในการติดต่อสื่อสารภายในองค์กรอย่างต่อเนื่อง (BI2) ซึ่งมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.662 และน้อยที่สุดคือ ท่านตั้งใจจะใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ในการติดต่อสื่อสารภายในองค์กรอย่างต่อเนื่อง (BI2) และท่านคิดว่าแอปพลิเคชันไลน์ช่วยให้ท่านได้รับข้อมูลข่าวสารอย่างรวดเร็ว (PE1) มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.289

ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้ ในกลุ่มตัวแปรแฝงด้านพฤติกรรมการใช้งาน จำนวน 3 ตัวแปร มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) อยู่ในช่วง 0.252 ถึง 0.752 คู่ตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กันสูงสุดมี 1 คู่ คือ ท่านใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ในการติดต่อสื่อสารภายในองค์กรเป็นประจำ (UB3) และท่านใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ในการติดต่อสื่อสารภายในองค์กรอยู่บ่อยครั้ง (UB1) ซึ่งมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.752 รองลงมา คือ ท่านใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ในการติดต่อสื่อสารภายในองค์กรเป็นประจำ (UB3) และท่านใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ในการติดต่อสื่อสารภายในองค์กรอย่างสม่ำเสมอ (UB2) ซึ่งมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.735 และน้อยที่สุดคือ ท่านใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ในการติดต่อสื่อสารภายในองค์กรอยู่บ่อยครั้ง (UB1) ท่านสามารถเพิ่มทักษะการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ ได้ด้วยตนเอง (EE3) มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.252

4.2 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันและโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุโดยใช้วิธีการวิเคราะห์เทคนิคสมการโครงสร้างเพื่อหาเส้นทางอิทธิพลเชิงสาเหตุของตัวแปร

ผลจากการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันและ โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้โซเชียลมีเดียในการสื่อสารภายในองค์กรของข้าราชการกองทัพอากาศ โดยใช้วิธีการวิเคราะห์เทคนิคสมการโครงสร้างเพื่อหาเส้นทางอิทธิพลเชิงสาเหตุของตัวแปร โดยการทดสอบความกลมกลืนระหว่างโมเดลสมมติฐานกับข้อมูลเชิงประจักษ์ พบตัวแปรแฝงและตัวแปรสังเกตได้ ดังที่ปรากฏในตารางที่ 4.9

ตารางที่ 4.9 ตัวแปรแฝง และตัวแปรสังเกตได้

ตัวแปรแฝง	ตัวแปรสังเกตได้	คำอธิบาย
ด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพ (Performance Expectancy: PE)	PE1	ท่านคิดว่าแอปพลิเคชันไลน์ช่วยให้ท่านได้รับข้อมูลข่าวสารอย่างรวดเร็ว
	PE2	ท่านคิดว่าแอปพลิเคชันไลน์ทำให้การติดต่อสื่อสารภายในองค์กรมีความสะดวกมากขึ้น
	PE3	ท่านคิดว่าแอปพลิเคชันไลน์ทำให้การติดต่อสื่อสารภายในองค์กรได้อย่างรวดเร็ว
ด้านความคาดหวังในการใช้งาน (Effort Expectancy : EE)	EE1	ท่านคิดว่าแอปพลิเคชันไลน์มีรูปแบบหน้าจอที่ไม่ซับซ้อน
	EE2	ท่านคิดว่าแอปพลิเคชันไลน์สามารถเรียนรู้วิธีการใช้งานได้ง่าย
	EE3	ท่านสามารถเพิ่มทักษะการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ได้ด้วยตนเอง
ด้านอิทธิพลทางสังคม (Social Influence: SI)	SI1	การติดต่อสื่อสารระหว่างหน่วยงานภายในองค์กรทำให้ท่านใช้แอปพลิเคชันไลน์
	SI2	วัฒนธรรมองค์กรทำให้ท่านใช้แอปพลิเคชันไลน์ในการติดต่อสื่อสารภายในองค์กร

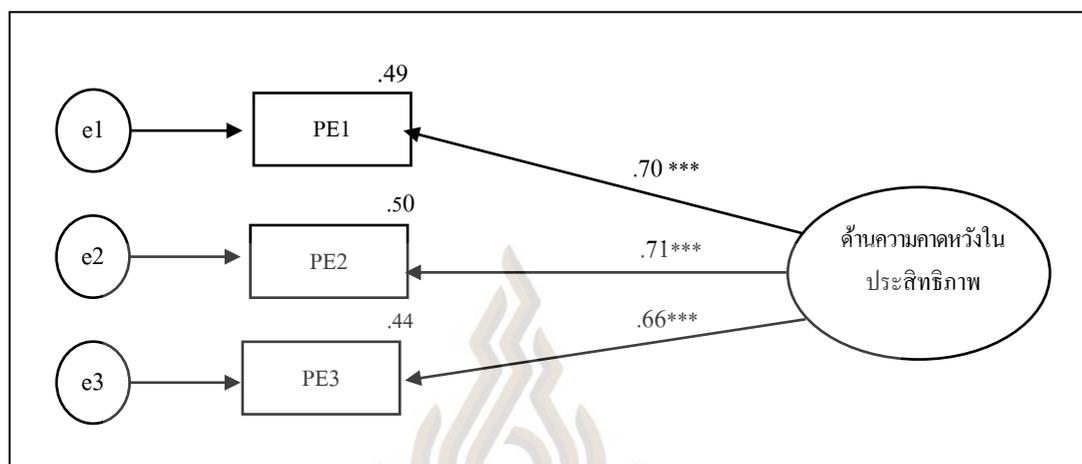
ตารางที่ 4.9 ตัวแปรแฝง และตัวแปรสังเกตได้ (ต่อ)

ตัวแปรแฝง	ตัวแปรสังเกตได้	คำอธิบาย
	SI3	รูปแบบการสื่อสารที่เปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัยทำให้ท่านใช้แอปพลิเคชันไลน์ในการสื่อสารภายในองค์กร
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน (Facilitating Conditions: FC)	FC1	การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีทำให้ท่านใช้แอปพลิเคชันไลน์ในการสื่อสารภายในองค์กร
	FC2	ท่านสามารถใช้แอปพลิเคชันไลน์ในการติดต่อสื่อสารภายในองค์กรได้ตลอดเวลา
	FC3	ท่านคิดว่าลักษณะงานของท่านไม่เป็นอุปสรรคต่อการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ในการติดต่อสื่อสารภายในองค์กร
ด้านความตั้งใจใช้งาน (Intention: BI)	BI1	ท่านตั้งใจจะใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ในการติดต่อสื่อสารภายในองค์กรเสมอ
	BI2	ท่านตั้งใจจะใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ในการติดต่อสื่อสารภายในองค์กรอย่างต่อเนื่อง
	BI3	ท่านตั้งใจจะแนะนำผู้ได้บังคับบัญชาให้ใช้แอปพลิเคชันไลน์ในการติดต่อสื่อสารภายในองค์กร
ด้านพฤติกรรมการใช้งาน (Use Behavior: UB)	UB1	ท่านใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ในการติดต่อสื่อสารภายในองค์กรอยู่บ่อยครั้ง
	UB2	ท่านใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ในการติดต่อสื่อสารภายในองค์กรอย่างสม่ำเสมอ
	UB3	ท่านใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ในการติดต่อสื่อสารภายในองค์กรเป็นประจำ

4.2.1 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน

โมเดลวัดที่ 1 ด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพ (Performance Expectancy) ประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้จำนวน 3 ตัวแปร ได้แก่ 1) ท่านคิดว่าแอปพลิเคชันไลน์ช่วยให้ท่านได้รับข้อมูลข่าวสารอย่างรวดเร็ว (PE1) 2) ท่านคิดว่าแอปพลิเคชันไลน์ทำให้การติดต่อสื่อสารภายในองค์กรมี

ความสะดวกมากขึ้น (PE2) 3) ท่านคิดว่าแอปพลิเคชันไลน์ทำให้การติดต่อสื่อสารภายในองค์กรได้อย่างรวดเร็ว (PE3) ดังรูปที่ 4.1



*** $p < .001$, CMIN/DF = 1.63, P-Value = .012, CFI = 0.97, GFI = 0.99

AGFI = 0.92, TLI = 0.91, RMSEA = 0.04, SRMR = 0.02

รูปที่ 4.1 โมเดลวัดอิทธิพลด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพ

จากรูปที่ 4.1 ผลการทดสอบความสอดคล้องและความกลมกลืนขององค์ประกอบเชิงยืนยันพบว่า ค่าสถิติ CMIN/DF เท่ากับ 1.63 ค่า GFI เท่ากับ 0.99 ค่า AGFI เท่ากับ 0.92 ค่า SRMR เท่ากับ 0.02 และค่า RMSEA เท่ากับ 0.04 สรุปได้ว่าองค์ประกอบทั้ง 3 ข้อ มีอิทธิพลต่อด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพ

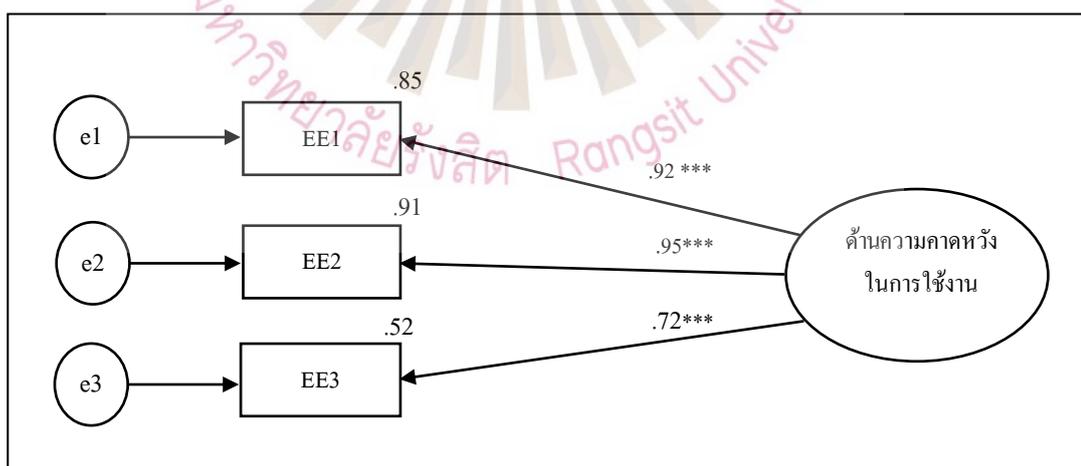
ตารางที่ 4.10 น้ำหนักปัจจัยต่อตัวแปรแฝงด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพ

ตัวแปรแฝง	ตัวแปรสังเกตได้	λ	R^2
ด้านความคาดหวังใน ประสิทธิภาพ (PE)	1. ท่านคิดว่าแอปพลิเคชันไลน์ช่วยให้ท่าน ได้รับข้อมูลข่าวสารอย่างรวดเร็ว	0.70	0.49
	2. ท่านคิดว่าแอปพลิเคชันไลน์ทำให้การติดต่อสื่อสาร ภายในองค์กรมีความสะดวกมากขึ้น	0.71	0.50
	3. ท่านคิดว่าแอปพลิเคชันไลน์ทำให้การติดต่อสื่อสาร ภายในองค์กรได้อย่างรวดเร็ว	0.66	0.44

จากตารางที่ 4.10 ตัวแปรแฝงด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพ ประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้ จำนวน 3 ตัวแปร คือ ได้แก่ 1) ท่านคิดว่าแอปพลิเคชันไลน์ช่วยให้ท่านได้รับข้อมูลข่าวสารอย่างรวดเร็ว (PE1) 2) ท่านคิดว่าแอปพลิเคชันไลน์ทำให้การติดต่อสื่อสารภายในองค์กรมีความสะดวกมากขึ้น (PE2) 3) ท่านคิดว่าแอปพลิเคชันไลน์ทำให้การติดต่อสื่อสารภายในองค์กรได้อย่างรวดเร็ว (PE3) มีค่าน้ำหนักปัจจัย (λ) อยู่ระหว่าง 0.66 ถึง 0.71 และมีค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ของตัวแปรสังเกตได้ (R Square : R^2) อยู่ระหว่าง 0.44 ถึง 0.50 ซึ่งทุกค่าแตกต่างจากศูนย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 มีค่าน้ำหนักปัจจัย (λ) ในรูปมาตรฐานจากมากไปน้อย ได้แก่

ท่านคิดว่าแอปพลิเคชันไลน์ทำให้การติดต่อสื่อสาร ภายในองค์กรมีความสะดวกมากขึ้น (PE2) มีค่าน้ำหนักปัจจัย (λ) เท่ากับ 0.70 รองลงมาคือ ท่านคิดว่าแอปพลิเคชันไลน์ช่วยให้ท่านได้รับข้อมูลข่าวสารอย่างรวดเร็ว (PE1) มีค่าน้ำหนักปัจจัย (λ) เท่ากับ 0.71 และท่านคิดว่าแอปพลิเคชันไลน์ทำให้การติดต่อสื่อสาร ภายในองค์กรได้อย่างรวดเร็ว (PE3) มีค่าน้ำหนักปัจจัย (λ) เท่ากับ 0.66 ตามลำดับ

โมเดลวัดที่ 2 ด้านความคาดหวังในการใช้งาน (Effort Expectancy) มีตัวแปรสังเกตได้ จำนวน 3 ตัวแปร ได้แก่ 1) ท่านคิดว่าแอปพลิเคชันไลน์ มีรูปแบบหน้าจอที่ไม่ซับซ้อน (EE1) 2) ท่านคิดว่าแอปพลิเคชันไลน์สามารถเรียนรู้วิธีการใช้งานได้ง่าย (EE2) 3) ท่านสามารถเพิ่มทักษะการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ ได้ด้วยตนเอง (EE3) ดังรูปที่ 4.2



*** $p < .001$, CMIN/DF = 1.53 , P-Value = 0.14, CFI = 0.91, GFI = 0.90

AGFI = 0.97, TLI = 0.87, RMSEA = 0.03, SRMR = 0.07

รูปที่ 4.2 โมเดลวัดคือทิพพลด้านความคาดหวังในการใช้งาน

จากรูปที่ 4.2 ผลการทดสอบความสอดคล้องและความกลมกลืนขององค์ประกอบเชิงยืนยัน พบว่า ค่าสถิติ CMIN/DF เท่ากับ 1.53 ค่า GFI เท่ากับ 0.90 ค่า AGFI เท่ากับ 0.97 ค่า SRMR เท่ากับ 0.07 และค่า RMSEA เท่ากับ 0.03 สรุปได้ว่าองค์ประกอบทั้ง 3 ข้อ มีอิทธิพลต่อด้านด้านความคาดหวังในการใช้งาน

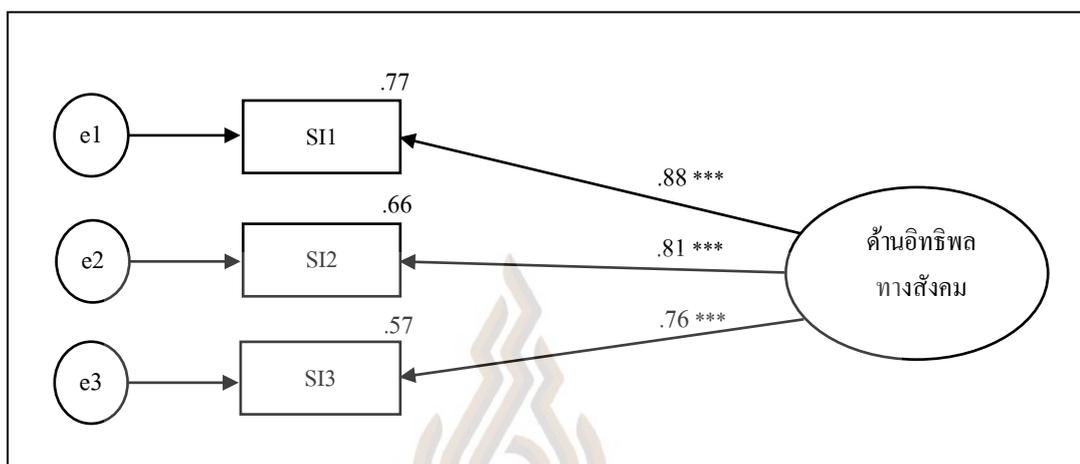
ตารางที่ 4.11 น้ำหนักปัจจัยต่อตัวแปรแฝงด้านความคาดหวังในการใช้งาน

ตัวแปรแฝง	ตัวแปรสังเกตได้	λ	R^2
ด้านความคาดหวังในการใช้งาน (EE)	1. ท่านคิดว่าแอปพลิเคชันไลน์มีรูปแบบหน้าจอที่ไม่ซับซ้อน	0.92	0.85
	2. ท่านคิดว่าแอปพลิเคชันไลน์สามารถเรียนรู้วิธีการใช้งานได้ง่าย	0.95	0.91
	3. ท่านสามารถเพิ่มทักษะการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ได้ด้วยตนเอง	0.72	0.52

จากตารางที่ 4.11 ตัวแปรแฝงด้านความคาดหวังในการใช้งาน (Effort Expectancy) ประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้ จำนวน 3 ตัวแปร คือ 1) ท่านคิดว่าแอปพลิเคชันไลน์มีรูปแบบหน้าจอที่ไม่ซับซ้อน (EE1) 2) ท่านคิดว่าแอปพลิเคชันไลน์สามารถเรียนรู้วิธีการใช้งานได้ง่าย (EE2) 3) ท่านสามารถเพิ่มทักษะการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ได้ด้วยตนเอง (EE3) มีค่าน้ำหนักปัจจัย (λ) อยู่ระหว่าง 0.72 ถึง 0.95 และมีค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ของตัวแปรสังเกตได้ (R Square : R^2) อยู่ระหว่าง 0.52 ถึง 0.91 ซึ่งทุกค่าแตกต่างจากศูนย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 มีค่าน้ำหนักปัจจัย (λ) ในรูปมาตรฐานจากมากไปน้อย ได้แก่ ท่านคิดว่าแอปพลิเคชันไลน์สามารถเรียนรู้วิธีการใช้งานได้ง่าย (EE2) มีค่าน้ำหนักปัจจัย (λ) เท่ากับ 0.95 รองลงมาคือ ท่านคิดว่าแอปพลิเคชันไลน์มีรูปแบบหน้าจอที่ไม่ซับซ้อน (EE1) มีค่าน้ำหนักปัจจัย (λ) เท่ากับ 0.92 และท่านสามารถเพิ่มทักษะการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ได้ด้วยตนเอง(EE3) มีค่าน้ำหนักปัจจัย (λ) เท่ากับ 0.72 ตามลำดับ

โมเดลวัดที่ 3 ด้านอิทธิพลทางสังคม (Social Influence) มีตัวแปรสังเกตได้จำนวน 3 ตัวแปร ได้แก่ 1) การติดต่อสื่อสารระหว่างหน่วยงานภายในองค์กรทำให้ท่านใช้แอปพลิเคชันไลน์ (SI1) 2) วัฒนธรรมองค์กรทำให้ท่านใช้แอปพลิเคชันไลน์ ในการติดต่อสื่อสารภายใน

องค์กร(SI2) 3) รูปแบบการสื่อสารที่เปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัยทำให้ท่านใช้ แอปพลิเคชัน
 ไลน์ในการสื่อสารภายในองค์กร(SI3) ดังรูปที่ 4.3



*** $p < .001$, CMIN/DF = 1.61, P-Value = 0.20, CFI = 1.00, GFI = 1.00

AGFI = 0.98, TLI = 0.99, RMSEA = 0.05, SRMR = 0.01

รูปที่ 4.3 โมเดลวัดอิทธิพลด้านอิทธิพลทางสังคม

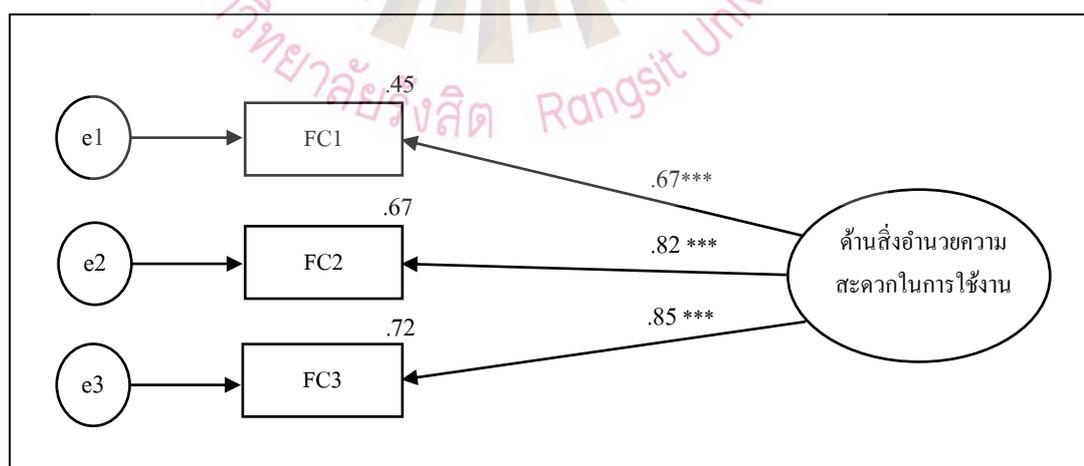
จากรูปที่ 4.3 ผลการทดสอบความสอดคล้องและความกลมกลืนขององค์ประกอบเชิงยืนยันพบว่า ค่าสถิติ CMIN/DF เท่ากับ 1.61 ค่า GFI เท่ากับ 1.00 ค่า AGFI เท่ากับ 0.98 ค่า SRMR เท่ากับ 0.01 และค่า RMSEA เท่ากับ 0.05 สรุปได้ว่าองค์ประกอบทั้ง 3 ข้อ มีอิทธิพลต่อด้านอิทธิพลทางสังคม

ตารางที่ 4.12 น้ำหนักปัจจัยต่อตัวแปรแฝงด้านอิทธิพลทางสังคม

ตัวแปรแฝง	ตัวแปรสังเกตได้	λ	R^2
ด้านอิทธิพลทางสังคม (SI)	1. การติดต่อสื่อสารระหว่างหน่วยงานภายในองค์กรทำให้ท่านใช้แอปพลิเคชันไลน์	0.88	0.77
	2. วัฒนธรรมองค์กรทำให้ท่านใช้แอปพลิเคชันไลน์ในการติดต่อสื่อสารภายในองค์กร	0.81	0.66
	3. รูปแบบการสื่อสารที่เปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัยทำให้ท่านใช้แอปพลิเคชันไลน์ในการสื่อสารภายในองค์กร	0.76	0.57

จากตารางที่ 4.12 ตัวแปรแฝงด้านอิทธิพลทางสังคม (Social Influence) ประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้ จำนวน 3 ตัวแปร คือ 1) การติดต่อสื่อสารระหว่างหน่วยงานภายในองค์กรทำให้ท่านใช้แอปพลิเคชันไลน์ (SI1) 2) วัฒนธรรมองค์กรทำให้ท่านใช้แอปพลิเคชันไลน์ในการติดต่อสื่อสารภายในองค์กร (SI2) 3) รูปแบบการสื่อสารที่เปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัยทำให้ท่านใช้แอปพลิเคชันไลน์ในการติดต่อสื่อสารภายในองค์กร (SI3) มีค่าน้ำหนักปัจจัย (λ) อยู่ระหว่าง 0.76 ถึง 0.88 และมีค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ของตัวแปรสังเกตได้ (R Square : R^2) อยู่ระหว่าง 0.57 ถึง 0.77 ซึ่งทุกค่าแตกต่างจากศูนย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 มีค่าน้ำหนักปัจจัย (λ) ในรูปมาตรฐานจากมากไปน้อย ได้แก่ การติดต่อสื่อสารระหว่างหน่วยงานภายในองค์กรทำให้ท่านใช้แอปพลิเคชันไลน์ (SI1) มีค่าน้ำหนักปัจจัย (λ) เท่ากับ 0.88 รองลงมา คือ วัฒนธรรมองค์กรทำให้ท่านใช้แอปพลิเคชันไลน์ในการติดต่อสื่อสารภายในองค์กร (SI2) มีค่าน้ำหนักปัจจัย (λ) เท่ากับ 0.81 และรูปแบบการสื่อสารที่เปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัยทำให้ท่านใช้แอปพลิเคชันไลน์ในการติดต่อสื่อสารภายในองค์กร (SI3) มีค่าน้ำหนักปัจจัย (λ) เท่ากับ 0.76 ตามลำดับ

โมเดลวัดที่ 4 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน (Facilitating Conditions) มีตัวแปรสังเกตได้จำนวน 3 ตัวแปร ได้แก่ 1) การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีทำให้ท่านใช้แอปพลิเคชันไลน์ในการติดต่อสื่อสารภายในองค์กร (FC1) 2) ท่านสามารถใช้แอปพลิเคชันไลน์ ในการติดต่อสื่อสารภายในองค์กรได้ตลอดเวลา (FC2) 3) ท่านคิดว่าลักษณะงานของท่านไม่เป็นอุปสรรคต่อการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ ในการติดต่อสื่อสารภายในองค์กร (FC3) ดังรูปที่ 4.4



*** $p < .001$, CMIN/DF = 1.99, P-Value= 0.14, CFI= 1.00, GFI= 1.00

AGFI= 0.97, TLI= 0.99, RMSEA= 0.07, SRMR= 0.01

รูปที่ 4.4 โมเดลวัดอิทธิพลด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน

จากรูปที่ 4.4 ผลการทดสอบความสอดคล้องและความกลมกลืนขององค์ประกอบเชิงยืนยัน พบว่า ค่าสถิติ CMIN/DF เท่ากับ 1.99 ค่า GFI เท่ากับ 1.00 ค่า AGFI เท่ากับ 0.97 ค่า SRMR เท่ากับ 0.01 และค่า RMSEA เท่ากับ 0.07 สรุปได้ว่าองค์ประกอบทั้ง 3 ข้อ มีอิทธิพลต่อด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน

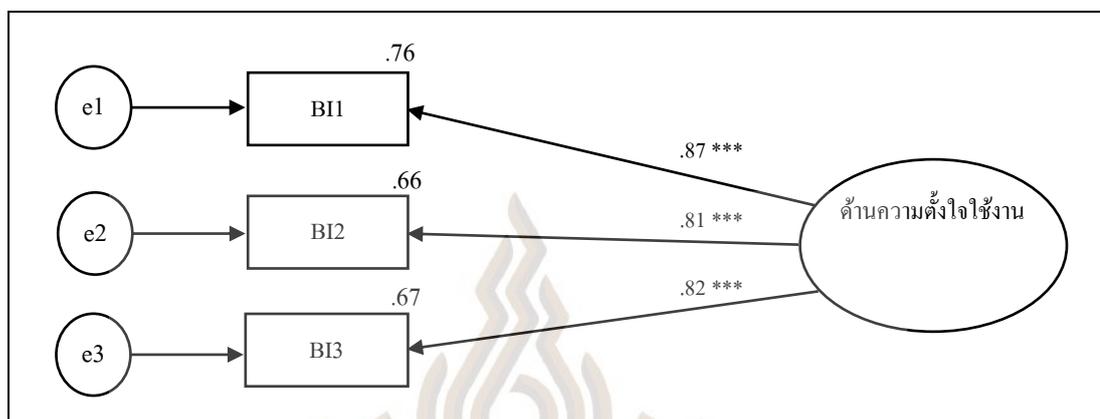
ตารางที่ 4.13 น้ำหนักปัจจัยต่อตัวแปรแฝงด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน

ตัวแปรแฝง	ตัวแปรสังเกตได้	λ	R^2
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน (FC)	1. การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีทำให้ท่านใช้แอปพลิเคชันไลน์ในการสื่อสารภายในองค์กร	0.67	0.45
	2. ท่านสามารถใช้แอปพลิเคชันไลน์ ในการติดต่อสื่อสาร ภายในองค์กรได้ตลอดเวลา	0.82	0.67
	3. ท่านคิดว่าลักษณะงานของท่านไม่เป็นอุปสรรคต่อการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ ในการติดต่อสื่อสารภายในองค์กร	0.85	0.72

จากตารางที่ 4.13 ตัวแปรแฝงด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน (Facilitating Conditions) ประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้ จำนวน 3 ตัวแปร คือ 1. การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีทำให้ท่านใช้แอปพลิเคชันไลน์ในการสื่อสารภายในองค์กร (FC1) 2. ท่านสามารถใช้แอปพลิเคชันไลน์ ในการติดต่อสื่อสารภายในองค์กรได้ตลอดเวลา (FC2) 3. ท่านคิดว่าลักษณะงานของท่านไม่เป็นอุปสรรคต่อการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ ในการติดต่อสื่อสารภายในองค์กร (FC3) มีค่าน้ำหนักปัจจัย (λ) อยู่ระหว่าง 0.67 ถึง 0.85 และมีค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ของตัวแปรสังเกตได้ (R Square : R^2) อยู่ระหว่าง 0.45 ถึง 0.72 ซึ่งทุกค่าแตกต่างจากศูนย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 มีค่าน้ำหนักปัจจัย (λ) ในรูปมาตรฐานจากมากไปน้อย ท่านคิดว่าลักษณะงานของท่านไม่เป็นอุปสรรคต่อการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ ในการติดต่อสื่อสารภายในองค์กร (FC3) มีค่าน้ำหนักปัจจัย (λ) เท่ากับ 0.85 รองลงมาคือ ท่านสามารถใช้แอปพลิเคชันไลน์ ในการติดต่อสื่อสารภายในองค์กรได้ตลอดเวลา (FC2) มีค่าน้ำหนักปัจจัย (λ) เท่ากับ 0.82 และการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีทำให้ท่านใช้แอปพลิเคชันไลน์ในการสื่อสารภายในองค์กร (FC1) มีค่าน้ำหนักปัจจัย (λ) เท่ากับ 0.67 ตามลำดับ

โมเดลวัดที่ 5 ด้านความตั้งใจใช้งาน (Intention) มีตัวแปรสังเกตได้จำนวน 3 ตัวแปร ได้แก่ 1) ท่านตั้งใจจะใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ในการติดต่อสื่อสารภายในองค์กรเสมอ

(BI1) 2) ท่านตั้งใจจะใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ในการติดต่อสื่อสารภายในองค์กรอย่างต่อเนื่อง
 (BI 2) 3) ท่านตั้งใจจะแนะนำผู้ได้บังคับบัญชาให้ใช้แอปพลิเคชันไลน์ในการติดต่อสื่อสารภายใน
 องค์กร (BI3) ดังรูปที่ 4.5



*** $p < .001$, CMIN/DF = 0.03, P-Value= 0.86, CFI= 1.00, GFI= 1.00

AGFI= 1.00, TLI= 1.01, RMSEA= 0.01, SRMR= 0.01

รูปที่ 4.5 โมเดลวัดอิทธิพลด้านความตั้งใจใช้งาน

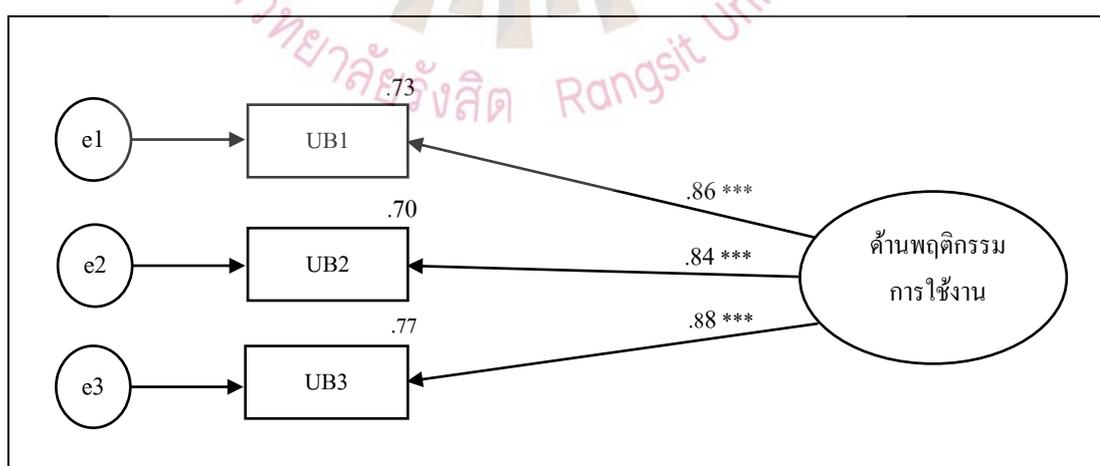
จากรูปที่ 4.5 ผลการทดสอบความสอดคล้องและความกลมกลืนขององค์ประกอบเชิงยืนยันพบว่า ค่าสถิติ CMIN/DF เท่ากับ 0.03 ค่า GFI เท่ากับ 1.00 ค่า AGFI เท่ากับ 1.00 ค่า SRMR เท่ากับ 0.01 และค่า RMSEA เท่ากับ 0.01 สรุปได้ว่าองค์ประกอบทั้ง 3 ข้อ มีอิทธิพลต่อด้านความตั้งใจใช้งาน

ตารางที่ 4.14 น้ำหนักปัจจัยต่อตัวแปรแฝงด้านความตั้งใจใช้งาน

ตัวแปรแฝง	ตัวแปรสังเกตได้	λ	R^2
ด้านความตั้งใจ ใช้งาน (BI)	1. ท่านตั้งใจจะใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ในการติดต่อสื่อสารภายในองค์กรเสมอ	0.87	0.76
	2. ท่านตั้งใจจะใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ในการติดต่อสื่อสารภายในองค์กรอย่างต่อเนื่อง	0.81	0.66
	3. ท่านตั้งใจจะแนะนำผู้ได้บังคับบัญชาให้ใช้แอปพลิเคชันไลน์ในการติดต่อสื่อสารภายในองค์กร	0.82	0.67

จากตารางที่ 4.14 ตัวแปรแฝงด้านความตั้งใจใช้งาน (Intention) ประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้จำนวน 3 ตัวแปร คือ 1) ท่านตั้งใจจะใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ในการติดต่อสื่อสารภายในองค์กรเสมอ(BI1) 2) ท่านตั้งใจจะใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ในการติดต่อสื่อสารภายในองค์กรอย่างต่อเนื่อง (BI2) และ 3) ท่านตั้งใจจะแนะนำผู้ใต้บังคับบัญชาให้ใช้แอปพลิเคชันไลน์ในการติดต่อสื่อสารภายในองค์กร (BI3) มีค่าน้ำหนักปัจจัย (λ) อยู่ระหว่าง 0.81 ถึง 0.87 และมีค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ของตัวแปรสังเกตได้ (R Square : R^2) อยู่ระหว่าง 0.66 ถึง 0.76 ซึ่งทุกค่าแตกต่างจากศูนย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 มีค่าน้ำหนักปัจจัย (λ) ในรูปมาตรฐานจากมากไปน้อย ได้แก่ ท่านตั้งใจจะใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ในการติดต่อสื่อสารภายในองค์กรเสมอ (BI1) มีค่าน้ำหนักปัจจัย (λ) เท่ากับ 0.87 รองลงมาคือ ท่านตั้งใจจะแนะนำผู้ใต้บังคับบัญชาให้ใช้แอปพลิเคชันไลน์ในการติดต่อสื่อสารภายในองค์กร (BI3) มีค่าน้ำหนักปัจจัย (λ) เท่ากับ 0.82 และท่านตั้งใจจะใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ในการติดต่อสื่อสารภายในองค์กรอย่างต่อเนื่อง (BI2) มีค่าน้ำหนักปัจจัย (λ) เท่ากับ 0.81 ตามลำดับ

โมเดลวัดที่ 6 ด้านพฤติกรรมการใช้งาน (Use Behavior) มีตัวแปรสังเกตได้จำนวน 3 ตัวแปร ได้แก่ 1) ท่านใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ในการติดต่อสื่อสารภายในองค์กรอยู่บ่อยครั้ง (UB1) 2) ท่านใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ในการติดต่อสื่อสารภายในองค์กรอย่างสม่ำเสมอ (UB2) และ 3) ท่านใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ในการติดต่อสื่อสารภายในองค์กรเป็นประจำ (UB3) ดังรูปที่ 4.6



*** $p < .001$, CMIN/DF = 0.06, P-Value= 0.81, CFI= 1.00, GFI= 1.00

AGFI= 1.00, TLI= 1.01, RMSEA= 0.00, SRMR= 0.01

รูปที่ 4.6 โมเดลวัดอิทธิพลด้านพฤติกรรมการใช้งาน

จากรูปที่ 4.6 ผลการทดสอบความสอดคล้องและความกลมกลืนขององค์ประกอบเชิงยืนยันพบว่า ค่าสถิติ CMIN/DF เท่ากับ 0.06 ค่า GFI เท่ากับ 1.00 ค่า AGFI เท่ากับ 1.00 ค่า SRMR เท่ากับ 0.01 และค่า RMSEA เท่ากับ 0.00 สรุปได้ว่าองค์ประกอบทั้ง 3 ข้อ มีอิทธิพลต่อด้านพฤติกรรมการใช้งาน

ตารางที่ 4.15 น้ำหนักปัจจัยต่อตัวแปรแฝงด้านพฤติกรรมการใช้งาน

ตัวแปรแฝง	ตัวแปรสังเกตได้	λ	R^2
ด้านพฤติกรรม การใช้งาน (UB)	1. ท่านใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ในการติดต่อสื่อสารภายในองค์กรอยู่บ่อยครั้ง	0.86	0.73
	2. ท่านใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ในการติดต่อสื่อสารภายในองค์กรอย่างสม่ำเสมอ	0.84	0.70
	3. ท่านใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ในการติดต่อสื่อสารภายในองค์กรเป็นประจำ	0.88	0.77

จากตารางที่ 4.15 ตัวแปรแฝงด้านพฤติกรรมการใช้งาน (Use Behavior) ประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้ จำนวน 3 ตัวแปร คือ 1) ท่านใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ในการติดต่อสื่อสารภายในองค์กรอยู่บ่อยครั้ง (UB1) 2) ท่านใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ในการติดต่อสื่อสารภายในองค์กรอย่างสม่ำเสมอ (UB2) และ 3) ท่านใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ในการติดต่อสื่อสารภายในองค์กรเป็นประจำ (UB3) มีค่าน้ำหนักปัจจัย (λ) อยู่ระหว่าง 0.84 ถึง 0.88 และมีค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ของตัวแปรสังเกตได้ (R Square : R^2) อยู่ระหว่าง 0.70 ถึง 0.77 ซึ่งทุกค่าแตกต่างจากศูนย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 มีค่าน้ำหนักปัจจัย (λ) ในรูปมาตรฐานจากมากไปน้อย ได้แก่ ท่านใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ในการติดต่อสื่อสารภายในองค์กรเป็นประจำ (UB3) มีค่าน้ำหนักปัจจัย (λ) เท่ากับ 0.88 รองลงมาคือ ท่านใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ในการติดต่อสื่อสารภายในองค์กรอยู่บ่อยครั้ง (UB1) มีค่าน้ำหนักปัจจัย (λ) เท่ากับ 0.86 และ ท่านใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ในการติดต่อสื่อสารภายในองค์กรอย่างสม่ำเสมอ (UB2) มีค่าน้ำหนักปัจจัย (λ) เท่ากับ 0.84 ตามลำดับ

4.2.2 ผลการวิเคราะห์โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ

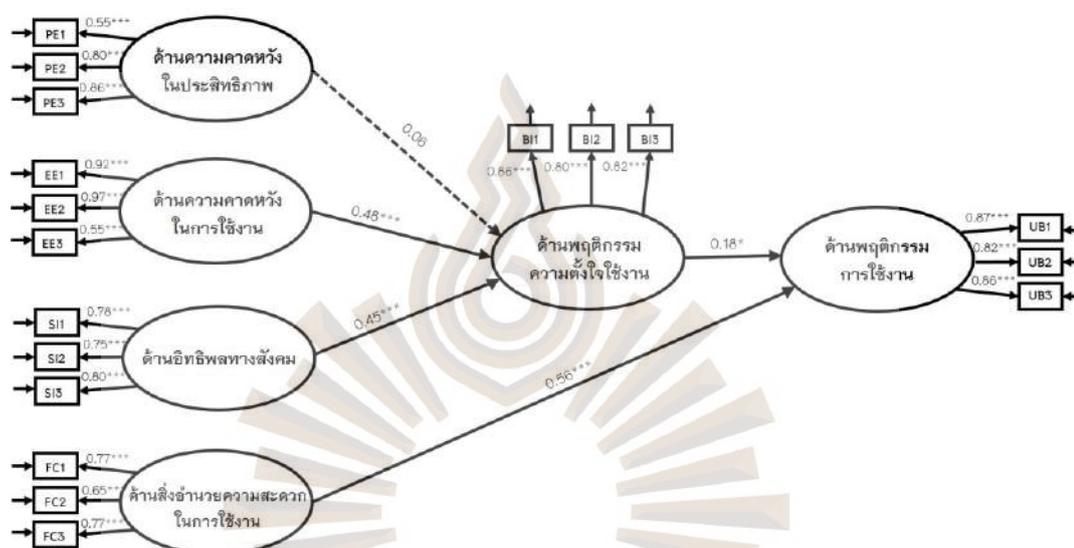
เมื่อพิจารณาผลจากการวิเคราะห์โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุโดยใช้วิธีการวิเคราะห์เทคนิคสมการโครงสร้างเชิงเส้นเพื่อหาเส้นทางอิทธิพลเชิงสาเหตุของตัวแปร โดยการทดสอบความกลมกลืนระหว่างโมเดลสมมติฐานกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ค่าสถิติทดสอบไค-สแควร์ (Chi-Square) ของการประมาณค่าพารามิเตอร์แบบ Maximum Likelihood (ML) ควรมีค่า P-Value มากกว่า .05 ดังนั้นควรพิจารณาค่าสถิติไค-สแควร์สัมพันธ์ (CMIN/DF) ทดแทน (Wheaton, Muthén, Alwin, & Summers, 1977) และใช้ค่าสถิติอื่น ๆ ประกอบการพิจารณา เช่น RMR, GFI, AGFI และ PGFI (Hu & Bentler, 1995) สำหรับการทดสอบค่าสถิติไค-สแควร์ (Chi-Square) ในงานวิจัยนี้ ได้ค่า P-Value เท่ากับ .00 ผลการทดสอบความสอดคล้องและความกลมกลืนของโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์ พบค่าสถิติ Chi-square เท่ากับ 141.07 องศาอิสระ เท่ากับ 82 ค่า CMIN/DF เท่ากับ 1.72 ค่า GFI เท่ากับ 0.95 ค่า AGFI เท่ากับ 0.90 ค่า SRMR เท่ากับ 0.04 และค่า RMSEA เท่ากับ 0.05 สรุปได้ว่า โมเดลมีความสอดคล้องและกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์เป็นอย่างดี (อภิญา อิงอาจ, 2565) ดังตารางที่ 4.16

ตารางที่ 4.16 ค่าสถิติความสอดคล้องจากการวิเคราะห์สมการ โครงสร้าง

ค่าสถิติที่ใช้ในการตรวจสอบ	เกณฑ์การพิจารณา	ค่าสถิติที่ได้	การพิจารณา
CMIN/DF	< 3.00	1.72	ผ่านเกณฑ์
GFI	≥ 0.90	0.95	ผ่านเกณฑ์
AGFI	≥ 0.90	0.90	ผ่านเกณฑ์
TLI	≥ 0.90	0.97	ผ่านเกณฑ์
CFI	≥ 0.90	0.99	ผ่านเกณฑ์
RMSEA	< 0.08	0.05	ผ่านเกณฑ์
SRMR	< 0.08	0.04	ผ่านเกณฑ์
HOELTER	> 200	218	ผ่านเกณฑ์

จากผลการวิเคราะห์ค่าสถิติตามตารางที่ 4.16 นั้นหมายถึง โมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ผู้วิจัยจึงไม่จำเป็นต้องทำการปรับแต่งโมเดลเพื่อให้มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์และจากตารางที่ 4.16 สามารถอธิบายได้ว่า

ผลการวิเคราะห์ความสอดคล้องและความกลมกลืนของโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์ จะเห็นได้ว่า โมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์เป็นอย่างดี โดยมีค่าสถิติไค-สแควร์ (χ^2) = 141.07, องศาอิสระ(DF) = 82, CMIN/DF = 1.72, GFI = 0.95, AGFI = 0.90, SRMR = 0.04 และ RMSEA = 0.05 มีค่าอิทธิพลทางตรงและทางอ้อมของสัมประสิทธิ์เส้นทางอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 ข้อมูลมีความสอดคล้องกัน ดังรูปที่ 4.7



รูปที่ 4.7 ผลการวิเคราะห์โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุพฤติกรรมการใช้โซเชียลมีเดียในการสื่อสารภายในองค์กรของข้าราชการกองทัพอากาศ

โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุพฤติกรรมการใช้โซเชียลมีเดียในการสื่อสารภายในองค์กรของข้าราชการกองทัพอากาศ พบว่า ด้านพฤติกรรมการใช้ได้รับอิทธิพลโดยตรงจากด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน ขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.56 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001

ตารางที่ 4.17 แสดงค่าอิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อม และอิทธิพลรวมของปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้โซเชียลมีเดียในการสื่อสารภายในองค์กรของข้าราชการกองทัพอากาศ

ตัวแปรแฝงภายนอก	ตัวแปรแฝงภายใน					
	ด้านความตั้งใจใช้งาน			ด้านพฤติกรรมการใช้งาน		
	DE	IE	TE	DE	IE	TE
ด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพ	0.06	-	0.06	-	0.01	0.01
ด้านความคาดหวังในการใช้งาน	0.48***	-	0.48***	-	0.09	0.09

ตารางที่ 4.17 แสดงค่าอิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อม และอิทธิพลรวมของปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้โซเชียลมีเดียในการสื่อสารภายในองค์กรของข้าราชการกองทัพอากาศ (ต่อ)

ตัวแปรแฝงภายนอก	ตัวแปรแฝงภายใน					
	ด้านความตั้งใจใช้งาน			ด้านพฤติกรรมการใช้งาน		
	DE	IE	TE	DE	IE	TE
ด้านอิทธิพลทางสังคม	0.45***	-	0.45***	-	0.08	0.08
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน	-	-	-	0.56***	-	0.56***
ด้านความตั้งใจใช้งาน	-	-	-	0.18*	-	0.18*
ค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ (R ²)		0.49			0.62	

จากตารางที่ 4.17 แสดงขนาดเส้นทางการอิทธิพลของโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุพฤติกรรม การใช้โซเชียลมีเดียในการสื่อสารภายในองค์กรของข้าราชการกองทัพอากาศ ได้การวัดภาพรวมของตัวแปรภายนอกและตัวแปรภายในโดยการวัดขนาดอิทธิพลระหว่างตัวแปรในโมเดลมีค่าขนาดอิทธิพลทางตรง (Direct Effects) อิทธิพลทางอ้อม (Indirect Effects) และอิทธิพลรวม (Total Effects) ดังนี้

พฤติกรรมการใช้โซเชียลมีเดียในการสื่อสารภายในองค์กรของข้าราชการกองทัพอากาศ ได้รับอิทธิพลทางตรงมากที่สุดจากด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน เท่ากับ 0.56 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 และได้รับอิทธิพลทางอ้อมมากที่สุดจากด้านความคาดหวังในการใช้งาน เท่ากับ 0.09 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001

บทที่ 5

สรุปผลและข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้โซเชียลมีเดียในการสื่อสารภายในองค์กรของข้าราชการกองทัพอากาศ มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาและตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุพฤติกรรมการใช้โซเชียลมีเดียในการสื่อสารภายในองค์กรของข้าราชการกองทัพอากาศ และเพื่อศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้โซเชียลมีเดียในการสื่อสารภายในองค์กรของข้าราชการกองทัพอากาศ โดยผู้วิจัยได้แบ่งการนำเสนอการสรุปผลและข้อเสนอแนะ ดังนี้

ประชากรของการวิจัยครั้งนี้ คือ ข้าราชการกองทัพอากาศที่ใช้โซเชียลมีเดียในการสื่อสารในองค์กร จำนวน 295 คน ได้เสนอว่า ขนาดตัวอย่างที่เหมาะสมควรอยู่ใน 10-20 เท่าต่อ 1 ตัวแปรสังเกต หรือตัวอย่างน้อยที่สุดที่ยอมรับ ได้ดูจากค่าสถิติ Holster ที่ต้องมีค่ามากกว่า 200 (Hoelter, 1983) จึงจะถือว่าโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ในการศึกษาครั้งนี้มีตัวแปรที่สังเกตได้ จำนวน 18 ตัวแปร ดังนั้นจึงต้องใช้กลุ่มตัวอย่างประมาณ 180 คนเป็นอย่างน้อยและเพื่อป้องกันความคลาดเคลื่อนของข้อมูล ผู้วิจัยจึงเพิ่มกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 295 คน

เครื่องมือที่ใช้ในเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับการวิจัยในครั้งนี้ เป็นแบบสอบถามออนไลน์ (Online Questionnaire) จำนวน 1 ฉบับ โดยแบ่งเนื้อหาออกเป็น 3 ตอน ได้แก่ ตอนที่ 1 ข้อคำถามคัดกรอง ได้แก่ ท่านเคยใช้แอปพลิเคชันไลน์ในการสื่อสารภายในองค์กรหรือไม่ ตอนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 5 ข้อ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ชั้นยศ และหน่วยงาน ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้โซเชียลมีเดียในการสื่อสารภายในองค์กรของข้าราชการกองทัพอากาศ โดยข้อคำถามเป็นแบบมาตราประมาณค่า 7 ระดับ แบ่งเป็น 6 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพ 2) ด้านความคาดหวังในการใช้งาน 3) ด้านอิทธิพลทางสังคม 4) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน 5) ด้านความตั้งใจใช้งาน และ 6) ด้านพฤติกรรมการใช้งาน จำนวน 18 ข้อ ดำเนินการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือโดยตรวจสอบความ

ตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยเสนอผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 คน หากค่าดัชนีความสอดคล้องของ ข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย (Index of Congruence หรือ IOC) ได้ IOC อยู่ระหว่าง 0.60-1.00 จากนั้นนำมาหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มข้าราชการ กองทัพอากาศที่เคยใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ในการสื่อสารภายในองค์กร จำนวน 30 คน แล้วนำมา หาค่าความเชื่อมั่น โดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาโดยวิธีการคำนวณของครอนบาค (Cronbach's Alpha) พบว่า ค่าความเชื่อมั่นรายฉบับ = 0.94 และความเชื่อมั่นรายด้าน ได้แก่ ด้านความคาดหวังใน ประสิทธิภาพ = 0.82, ด้านความคาดหวังในการใช้งาน = 0.84, ด้านอิทธิพลทางสังคม = 0.87, ด้าน สิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน = 0.85, ด้านความตั้งใจใช้งาน = 0.91, ด้านพฤติกรรมการใช้ งาน = 0.86 โดยพิจารณาเกณฑ์ค่าความเชื่อมั่น 0.70 ขึ้นไป (Hair et al., 2010) แสดงให้เห็นว่าข้อ คำถามในแบบสอบถามนั้นมีความน่าเชื่อถือในระดับสูง

5.1 สรุปผลการวิจัย

ผู้วิจัยสรุปผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังต่อไปนี้

5.1.1 ผลการพัฒนาและตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ พฤติกรรมการใช้โซเชียลมีเดียในการสื่อสารภายในองค์กรของข้าราชการกองทัพอากาศ

5.1.1.1 ผลการพัฒนาโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุพฤติกรรมการใช้โซเชียลมีเดีย ในการสื่อสารภายในองค์กรของข้าราชการกองทัพอากาศ พบว่า โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุที่ พัฒนาขึ้นประกอบด้วย 6 ตัวแปร ดังนี้ ตัวแปรแฝงภายนอก จำนวน 4 ตัวแปร ได้แก่ 1. ด้านความ คาดหวังในประสิทธิภาพ 2. ด้านความคาดหวังในการใช้งาน 3. ด้านอิทธิพลทางสังคม และ 4. ด้าน สิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน ตัวแปรแฝงภายใน จำนวน 2 ตัวแปร ได้แก่ ด้านความตั้งใจใช้ งาน และ ด้านพฤติกรรมการใช้งาน

5.1.1.2 ผลการตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ พฤติกรรมการใช้โซเชียลมีเดียในการสื่อสารภายในองค์กรของข้าราชการกองทัพอากาศ พบว่า โมเดลสมมติฐานการวิจัยมีความสอดคล้องและกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์เป็นอย่างดีโดยมี รายละเอียดค่าสถิติต่าง ๆ ดังนี้ ค่าสถิติทดสอบค่า (ไค) สแควร์-Chi-Square Statistics: χ^2 ของการ ประเมินค่าพารามิเตอร์แบบ (Maximum likelihood: ML) คราวมีค่า P-Value มากกว่า 0.05 แต่ถ้ากลุ่ม ตัวอย่างมีขนาดใหญ่จะทำให้ค่า P-Value ที่ได้จากการคำนวณเท่ากับ 0.00 (Jöreskog, 1993)

ดังนั้นควรพิจารณาค่าสถิติไค-สแควร์ (Chi-Square Statistics : χ^2) (CMIN/DF) ทดแทนและใช้ค่าสถิติอื่น ๆ ประกอบการพิจารณา เช่น RMR GFI AGFI และ PGFI (Hu & Bentler, 1995) สำหรับการทดสอบค่าสถิติไค-สแควร์ (Chi-Square Statistics : χ^2) ในงานวิจัยนี้ได้ค่า (P) เท่ากับ 0.00 เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างมีขนาดใหญ่ การใช้ค่าสถิติอื่น ๆ ซึ่งแสดงให้เห็นว่าโมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์

1) ค่าไค-สแควร์สัมพัทธ์ (CMIN/DF) เท่ากับ 1.72 จากเกณฑ์การพิจารณาที่ต้องมีค่าน้อยกว่า 3 เมื่อทำการทดสอบแล้วสรุปได้ว่าโมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์

2) ดัชนีวัดระดับความสอดคล้อง (GFI) เท่ากับ 0.95 จากเกณฑ์การพิจารณาที่ต้องมีค่ามากกว่าหรือเท่ากับ 0.90 ขึ้นไป เมื่อทำการทดสอบแล้ว ค่า GFI มีค่าเข้าใกล้ 1 สรุปได้ว่าโมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์

3) ดัชนีวัดระดับความสอดคล้อง (AGFI) เท่ากับ 0.90 จากเกณฑ์การพิจารณาที่ต้องมีค่ามากกว่าหรือเท่ากับ 0.90 ขึ้นไปเมื่อทำการทดสอบแล้วค่า AGFI มีค่าเข้าใกล้ 1 สรุปได้ว่าโมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์

4) ดัชนีรากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของการประมาณค่าความคลาดเคลื่อน (RMSEA) เท่ากับ 0.05 จากเกณฑ์การพิจารณาที่ต้องมีค่าน้อยกว่าหรือเท่ากับ 0.08 เมื่อทำการทดสอบแล้วสรุปได้ว่าโมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์

5.1.2 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันพฤติกรรมการใช้โซเชียลมีเดียในการสื่อสารภายในองค์กรของข้าราชการกองทัพอากาศ มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

5.1.2.1 ตัวแปรแฝงด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพ ประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้จำนวน 3 ตัวแปร คือ ได้แก่ (1) ท่านคิดว่าแอปพลิเคชันไลน์ช่วยให้ท่านได้รับข้อมูลข่าวสารอย่างรวดเร็ว (PE1) (2) ท่านคิดว่าแอปพลิเคชันไลน์ทำให้การติดต่อสื่อสารภายในองค์กรมีความสะดวกมากขึ้น (PE2) (3) ท่านคิดว่าแอปพลิเคชันไลน์ทำให้การติดต่อสื่อสารภายในองค์กรได้อย่างรวดเร็ว (PE3) มีค่าน้ำหนักปัจจัย (λ) อยู่ระหว่าง 0.66 ถึง 0.71 และมีค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ของตัวแปรสังเกตได้ (R Square : R^2) อยู่ระหว่าง 0.44 ถึง 0.50 ซึ่งทุกค่าแตกต่างจากศูนย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 มีค่าน้ำหนักปัจจัย (λ) ในรูปมาตรฐานจากมากไปน้อย ได้แก่ ท่านคิดว่าแอปพลิเคชันไลน์ทำให้การติดต่อสื่อสาร ภายในองค์กรมีความสะดวกมากขึ้น (PE2) มีค่าน้ำหนักปัจจัย (λ) เท่ากับ 0.70 รองลงมาคือ ท่านคิดว่าแอปพลิเคชันไลน์ช่วยให้ท่าน ได้รับข้อมูลข่าวสารอย่างรวดเร็ว

(PE1) มีค่าน้ำหนักปัจจัย (λ) เท่ากับ 0.71 และท่านคิดว่าแอปพลิเคชันไลน์ทำให้การติดต่อสื่อสารภายในองค์กรได้อย่างรวดเร็ว (PE3) มีค่าน้ำหนักปัจจัย (λ) เท่ากับ 0.66 ตามลำดับ

5.1.2.2 ตัวแปรแฝงด้านความคาดหวังในการใช้งาน (Effort Expectancy) ประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้ จำนวน 3 ตัวแปร คือ (1) ท่านคิดว่าแอปพลิเคชันไลน์มีรูปแบบหน้าจอที่ไม่ซับซ้อน (EE1) (2) ท่านคิดว่าแอปพลิเคชันไลน์สามารถเรียนรู้วิธีการใช้งานได้ง่าย (EE2) (3) ท่านสามารถเพิ่มทักษะการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ได้ด้วยตนเอง (EE3) มีค่าน้ำหนักปัจจัย (λ) อยู่ระหว่าง 0.72 ถึง 0.95 และมีค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ของตัวแปรสังเกตได้ (R Square : R^2) อยู่ระหว่าง 0.52 ถึง 0.91 ซึ่งทุกค่าแตกต่างจากศูนย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 มีค่าน้ำหนักปัจจัย (λ) ในรูปมาตรฐานจากมากไปน้อย ได้แก่ ท่านคิดว่าแอปพลิเคชันไลน์สามารถเรียนรู้วิธีการใช้งานได้ง่าย (EE2) มีค่าน้ำหนักปัจจัย (λ) เท่ากับ 0.95 รองลงมาคือ ท่านคิดว่าแอปพลิเคชันไลน์มีรูปแบบหน้าจอที่ไม่ซับซ้อน (EE1) มีค่าน้ำหนักปัจจัย (λ) เท่ากับ 0.92 และท่านสามารถเพิ่มทักษะการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ได้ด้วยตนเอง (EE3) มีค่าน้ำหนักปัจจัย (λ) เท่ากับ 0.72 ตามลำดับ

5.1.2.3 ตัวแปรแฝงด้านอิทธิพลทางสังคม (Social Influence) ประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้ จำนวน 3 ตัวแปร คือ (1) การติดต่อสื่อสารระหว่างหน่วยงานภายในองค์กรทำให้ท่านใช้แอปพลิเคชันไลน์ (SI1) (2) วัฒนธรรมองค์กรทำให้ท่านใช้แอปพลิเคชันไลน์ในการติดต่อสื่อสารภายในองค์กร (SI2) (3) รูปแบบการสื่อสารที่เปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัยทำให้ท่านใช้แอปพลิเคชันไลน์ในการสื่อสารภายในองค์กร (SI3) มีค่าน้ำหนักปัจจัย (λ) อยู่ระหว่าง 0.76 ถึง 0.88 และมีค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ของตัวแปรสังเกตได้ (R Square : R^2) อยู่ระหว่าง 0.57 ถึง 0.77 ซึ่งทุกค่าแตกต่างจากศูนย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 มีค่าน้ำหนักปัจจัย (λ) ในรูปมาตรฐานจากมากไปน้อย ได้แก่ การติดต่อสื่อสารระหว่างหน่วยงานภายในองค์กรทำให้ท่านใช้แอปพลิเคชันไลน์ (SI1) มีค่าน้ำหนักปัจจัย (λ) เท่ากับ 0.88 รองลงมาคือ วัฒนธรรมองค์กรทำให้ท่านใช้แอปพลิเคชันไลน์ในการติดต่อสื่อสารภายในองค์กร (SI2) มีค่าน้ำหนักปัจจัย (λ) เท่ากับ 0.81 และรูปแบบการสื่อสารที่เปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัยทำให้ท่านใช้แอปพลิเคชันไลน์ในการสื่อสารภายในองค์กร (SI3) มีค่าน้ำหนักปัจจัย (λ) เท่ากับ 0.76 ตามลำดับ

5.1.2.4 ตัวแปรแฝงด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน (Facilitating Conditions) ประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้ จำนวน 3 ตัวแปร คือ (1) การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีทำให้ท่านใช้แอปพลิเคชันไลน์ในการสื่อสารภายในองค์กร (FC1) (2) ท่านสามารถใช้แอปพลิเคชันไลน์ในการติดต่อสื่อสารภายในองค์กรได้ตลอดเวลา (FC2) (3) ท่านคิดว่าลักษณะงานของท่านไม่ใช่อุปสรรคต่อการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ในการติดต่อสื่อสารภายในองค์กร (FC3)

มีค่าน้ำหนักปัจจัย (λ) อยู่ระหว่าง 0.67 ถึง 0.85 และมีค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ของตัวแปรสังเกตได้ (R Square : R^2) อยู่ระหว่าง 0.45 ถึง 0.72 ซึ่งทุกค่าแตกต่างจากศูนย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 มีค่าน้ำหนักปัจจัย (λ) ในรูปมาตรฐานจากมากไปน้อย ท่านคิดว่าลักษณะงานของท่านไม่เป็นอุปสรรคต่อการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ ในการติดต่อสื่อสารภายในองค์กร (FC3) มีค่าน้ำหนักปัจจัย (λ) เท่ากับ 0.85 รองลงมาคือ ท่านสามารถใช้แอปพลิเคชันไลน์ ในการติดต่อสื่อสารภายในองค์กรได้ตลอดเวลา (FC2) มีค่าน้ำหนักปัจจัย (λ) เท่ากับ 0.82 และการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีทำให้ท่านใช้แอปพลิเคชันไลน์ในการติดต่อสื่อสารภายในองค์กร (FC1) มีค่าน้ำหนักปัจจัย (λ) เท่ากับ 0.67 ตามลำดับ

5.1.2.5 ตัวแปรแฝงด้านความตั้งใจใช้งาน (Intention) ประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้จำนวน 3 ตัวแปร คือ (1) ท่านตั้งใจจะใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ในการติดต่อสื่อสารภายในองค์กรเสมอ (BI1) (2) ท่านตั้งใจจะใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ในการติดต่อสื่อสารภายในองค์กรอย่างต่อเนื่อง (BI2) และ (3) ท่านตั้งใจจะแนะนำผู้ได้บังคับบัญชาให้ใช้แอปพลิเคชันไลน์ในการติดต่อสื่อสารภายในองค์กร (BI3) มีค่าน้ำหนักปัจจัย (λ) อยู่ระหว่าง 0.81 ถึง 0.87 และมีค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ของตัวแปรสังเกตได้ (R Square : R^2) อยู่ระหว่าง 0.66 ถึง 0.76 ซึ่งทุกค่าแตกต่างจากศูนย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 มีค่าน้ำหนักปัจจัย (λ) ในรูปมาตรฐานจากมากไปน้อย ได้แก่ ท่านตั้งใจจะใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ในการติดต่อสื่อสารภายในองค์กรเสมอ (BI1) มีค่าน้ำหนักปัจจัย (λ) เท่ากับ 0.87 รองลงมาคือ ท่านตั้งใจจะแนะนำผู้ได้บังคับบัญชาให้ใช้แอปพลิเคชันไลน์ในการติดต่อสื่อสารภายในองค์กร (BI3) มีค่าน้ำหนักปัจจัย (λ) เท่ากับ 0.82 และท่านตั้งใจจะใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ในการติดต่อสื่อสารภายในองค์กรอย่างต่อเนื่อง (BI2) มีค่าน้ำหนักปัจจัย (λ) เท่ากับ 0.81 ตามลำดับ

5.1.2.6 ตัวแปรแฝงด้านพฤติกรรมการใช้งาน (Use Behavior) ประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้ จำนวน 3 ตัวแปร คือ (1) ท่านใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ในการติดต่อสื่อสารภายในองค์กรอยู่บ่อยครั้ง (UB1) (2) ท่านใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ในการติดต่อสื่อสารภายในองค์กรอย่างสม่ำเสมอ (UB2) และ (3) ท่านใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ในการติดต่อสื่อสารภายในองค์กรเป็นประจำ (UB3) มีค่าน้ำหนักปัจจัย (λ) อยู่ระหว่าง 0.84 ถึง 0.88 และมีค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ของตัวแปรสังเกตได้ (R Square : R^2) อยู่ระหว่าง 0.70 ถึง 0.77 ซึ่งทุกค่าแตกต่างจากศูนย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 มีค่าน้ำหนักปัจจัย (λ) ในรูปมาตรฐานจากมากไปน้อย ได้แก่ ท่านใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ในการติดต่อสื่อสารภายในองค์กรเป็นประจำ (UB3) มีค่าน้ำหนักปัจจัย (λ) เท่ากับ 0.88 รองลงมาคือ ท่านใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ในการติดต่อสื่อสารภายในองค์กรอยู่

บ่อขี้ (UB1) มีค่าน้ำหนักปัจจัย (λ) เท่ากับ 0.86 และ ทานใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ในการติดต่อสื่อสารภายในองค์กรอย่างสม่ำเสมอ (UB2) มีค่าน้ำหนักปัจจัย (λ) เท่ากับ 0.84 ตามลำดับ

5.1.3 ผลการศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้โซเชียลมีเดียในการสื่อสารภายในองค์กรของข้าราชการกองทัพอากาศ

ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้โซเชียลมีเดียในการสื่อสารภายในองค์กรของข้าราชการกองทัพอากาศ ได้การวัดภาพรวมของตัวแปรภายนอก และตัวแปรภายใน โดยการวัดขนาดอิทธิพลระหว่างตัวแปรในโมเดล มีค่าขนาดอิทธิพลทางตรง (Direct Effects) อิทธิพลทางอ้อม (Indirect Effects) และอิทธิพลรวม (Total Effects) ดังนี้

พฤติกรรมการใช้โซเชียลมีเดียในการสื่อสารภายในองค์กรของข้าราชการกองทัพอากาศ ได้รับอิทธิพลทางตรงมากที่สุดจากด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน เท่ากับ 0.56 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 และได้รับอิทธิพลทางอ้อมมากที่สุดจากด้านความคาดหวังในการใช้งาน เท่ากับ 0.09 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001

5.2 อภิปรายผลการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้อภิปรายผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังนี้

5.2.1 วัตถุประสงค์ของการวิจัย ข้อที่ 1 เพื่อพัฒนาและตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุพฤติกรรมการใช้โซเชียลมีเดียในการสื่อสารภายในองค์กรของข้าราชการกองทัพอากาศ

5.2.1.1 ผลการพัฒนาโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุพฤติกรรมการใช้โซเชียลมีเดียในการสื่อสารภายในองค์กรของข้าราชการกองทัพอากาศ พบว่า โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุที่พัฒนาขึ้นประกอบด้วย 6 ตัวแปร ดังนี้ ตัวแปรแฝงภายนอก จำนวน 4 ตัวแปร ได้แก่ (1) ด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพ (2) ด้านความคาดหวังในการใช้งาน (3) ด้านอิทธิพลทางสังคม และ (4) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน ตัวแปรแฝงภายใน จำนวน 2 ตัวแปร ได้แก่ ด้านความตั้งใจใช้งาน และ ด้านพฤติกรรมการใช้งาน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Muneer (2021)

5.2.1.2 ผลการตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุที่พัฒนาขึ้นกับข้อมูลเชิงประจักษ์ พบว่า โมเดลที่พัฒนาขึ้นสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์เป็นอย่างดี โดยมีค่าสถิติไค-สแควร์ (χ^2) เท่ากับ 141.071, ค่า CMIN/df เท่ากับ 1.72, ค่าองศาอิสระ (df) เท่ากับ 82, ค่า GFI เท่ากับ 0.95, ค่า AGFI เท่ากับ 0.90, ค่า SRMR เท่ากับ 0.04, ค่า RMSEA เท่ากับ 0.05 จากแนวคิดและทฤษฎีที่ผู้วิจัยใช้ อ้างอิงมีการทดสอบความสอดคล้องกลมกลืนระหว่างรูปแบบสมมุติฐานกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ค่าสถิติ CMIN/DF น้อยกว่า 3.00 ค่า GFI, AGFI, CFI ตั้งแต่ 0.90 ขึ้นไป และค่า RMSEA, SRMR น้อยกว่า 0.08 ซึ่งสอดคล้องกับสถิติวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2559) และค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์เท่ากับ 0.62 แสดงว่าตัวแปรโมเดลสามารถอธิบายความแปรปรวนของพฤติกรรมการใช้โซเชียลมีเดียในการสื่อสารภายในองค์กรของข้าราชการกองทัพอากาศ ได้ร้อยละ ด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพ ด้านความคาดหวังในการใช้งาน ด้านอิทธิพลทางสังคม ด้านความตั้งใจใช้งาน และด้านพฤติกรรมการใช้งาน ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Muneer (2021)

5.2.2 ผลการวิจัยครั้งนี้สอดคล้องกับสมมุติฐาน ที่ว่า ปัจจัยด้านพฤติกรรมการใช้งาน ได้รับอิทธิพลทางตรงจากปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งานมากที่สุด ทั้งนี้อาจเป็นเพราะข้าราชการกองทัพอากาศสามารถใช้โซเชียลมีเดียในการติดต่องานได้ตลอดเวลา ซึ่งลักษณะงานไม่ใช่อุปสรรคในการใช้โซเชียลมีเดีย อีกทั้งการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยียังทำให้ข้าราชการกองทัพอากาศใช้โซเชียลมีเดียในการติดต่อสื่อสารภายในองค์กร ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุอัมพร ปานทรัพย์ และ ดัชกรณ์ ต้นเจริญ (2560) ได้ศึกษาโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของการประเมินการใช้งานแอปพลิเคชัน 7-Eleven บนพื้นฐานของทฤษฎีการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี ที่พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมในการใช้งานแอปพลิเคชัน 7-Eleven TH คือ สิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศิริลักษณ์ โรจนกิจอำนวย (2562) ที่ได้มีการศึกษาโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของการยอมรับการใช้โมบายแบงก์กิ้งของธนาคารพาณิชย์ไทยอย่างต่อเนื่อง พบว่า สิ่งที่ส่งผลต่อการใช้โมบายแบงก์กิ้งอย่างต่อเนื่อง คือปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และผลการวิจัยที่ไม่สอดคล้องกับสมมุติฐาน คือ ปัจจัยด้านความตั้งใจใช้งาน ได้รับอิทธิพลทางตรงมากที่สุดมาจากปัจจัยด้านความคาดหวัง ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ เนื่องจากโซเชียลมีเดียมีรูปแบบการใช้งานที่ไม่ซับซ้อนสามารถเรียนรู้วิธีการใช้งานได้ง่าย และสามารถเพิ่มทักษะการใช้โซเชียลมีเดียได้ด้วยตนเอง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เมรี วงษาสน (2559) ที่ได้ศึกษาความคาดหวังและปัจจัยสนับสนุน ที่ส่งผลต่อ การยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อปฏิบัติงานของบุคลากรการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย พบว่า ความคาดหวังด้านประโยชน์ใน

การใช้งาน และ ความคาดหวังด้านความยากง่ายในการใช้งาน เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้งาน เทคโนโลยีสารสนเทศ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ อรทัย ไชยโชติ (2018) ที่ได้ศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านความคาดหวังประสิทธิภาพของระบบเทคโนโลยี ส่งผลต่อการใช้งานบริการยื่นแบบ ภานี้เงินได้บุคคลธรรมดาผ่านออนไลน์ ในเขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.3.1 ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้

5.3.1.1 ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้โซเชียลมีเดียในการสื่อสารภายในองค์กรมากที่สุด ดังนั้นองค์กรของข้าราชการกองทัพอากาศ ควรจัดอุปกรณ์ที่จำเป็นสำหรับการใช้งานเครือข่ายอินเทอร์เน็ตไร้สายที่พร้อมให้บริการตลอดเวลาสำหรับการใช้งาน ก่อให้เกิดพฤติกรรมการใช้โซเชียลมีเดียในการสื่อสารภายในองค์กรของข้าราชการกองทัพอากาศอย่างมีประสิทธิภาพ

5.3.1.2 ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านความตั้งใจใช้งานได้รับอิทธิพลทางตรงมากที่สุดมาจากปัจจัยด้านความคาดหวังในการใช้งาน โซเชียลมีเดียในการสื่อสารภายในองค์กรมากที่สุด ดังนั้นหน่วยงานของข้าราชการกองทัพอากาศ ควรให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านความคาดหวังในการใช้งาน เช่น ความสะดวกสบายในการใช้เทคโนโลยี รวมไปถึงหน่วยงานควรมีการพัฒนากระบวนการบริหารจัดการในการสื่อสารภายในองค์กรให้มีรูปแบบการใช้งานที่ไม่ซับซ้อนสามารถเรียนรู้วิธีการใช้งานได้ง่าย

5.3.2 ข้อเสนอแนะสำหรับวิจัยในอนาคต

5.3.2.1 งานวิจัยนี้ได้ข้อค้นพบองค์ความรู้ใหม่เกี่ยวกับปัจจัยด้านพฤติกรรมการใช้สำหรับผู้บริหารองค์กรที่นำโซเชียลมีเดียมาใช้ในการสื่อสารภายใน สามารถนำไปประยุกต์ใช้เป็นแนวทางในการวางแผนกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร ควรให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพ ปัจจัยด้านความคาดหวังในการใช้งาน ปัจจัยด้านอิทธิพลทางสังคม ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน และปัจจัยด้านความตั้งใจใช้งาน มีอิทธิพลต่อปัจจัยด้านพฤติกรรมการใช้งาน

5.3.2.2 สำหรับประเด็นในการวิจัยครั้งต่อไป ควรทำวิจัยในประเด็นเกี่ยวกับปัจจัยอื่น ๆ ที่นอกเหนือไปจากที่ปรากฏในงานวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ปัจจัยด้านความไว้วางใจ ปัจจัยด้านทัศนคติ และ ปัจจัยด้านความภักดี เป็นต้น



บรรณานุกรม

- กรมเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารทหารอากาศ. (2562). *แผนแม่บทเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารกองทัพอากาศ พ.ศ.2563 – 2570*. สืบค้น 11 มีนาคม 2566, จาก <https://dict.rtaf.mi.th/index.php/2017-02-01-02-07-02/2017-02-01-02-09-19/downloadbook-plan/244-2017-03-02-03-37-24>
- กรรณิการ์ คงทอง และรุจิภาส โพธิ์ทองแสงอรุณ. (2563). ความตั้งใจเชิงพฤติกรรมในการใช้เทคโนโลยีของกลุ่มเจนเอเรชั่นเบบี้บูมเมอร์และเจนเอเรชั่นเอ็กซ์. *วารสารวิชาการสถาบันเทคโนโลยีแห่งสุวรรณภูมิ*, 6(2), 43-57. สืบค้นจาก https://bu-mba.rmutk.ac.th/wp-content/uploads/2019/12/kannika_2018.pdf
- กรรณิการ์ คงทอง. (2561). *ความตั้งใจเชิงพฤติกรรมในการใช้เทคโนโลยีของกลุ่มเจนเอเรชั่นเบบี้บูมเมอร์และเจนเอเรชั่นเอ็กซ์* (Unpublished Master's thesis). มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ, กรุงเทพมหานคร.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2559). *การวิเคราะห์สถิติ: สถิติสำหรับการบริหารและวิจัย* (พิมพ์ครั้งที่ 16). กรุงเทพฯ: ภาควิชาสถิติ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กฤษณิณี รื่นรมย์ เพลินทิพย์, โกเมศโสภา, และสาวิกา อุดมนันท์. (2547). *การมุ่งเน้นลูกค้าและตลาด: สร้างองค์กรให้แตกต่างอย่างเหนือชั้น*. กรุงเทพฯ: สถาบันเพิ่มผลผลิต.
- คลังปัญญามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี. (2554). *แนวทางการใช้สื่อการเรียนรู้และสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) เพื่อการสื่อสารภายในองค์กร*. สืบค้น 18 มกราคม 2566, จาก <http://www.repository.rmutt.ac.th/dspace/handle/123456789/291>
- ชัยสมพล ชาวประเสริฐ. (2548). *การตลาดบริการ*. กรุงเทพฯ: ส.เอเชียเพรส.
- ชญัญลักษณ์ พลวัน, สุพรรณษา กุลแก้ว, และณัฐสิทธิ์ เกิดศรี. (2554). การศึกษาพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยี และปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยี OR Code ของกลุ่มประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร. *วิศวกรรมสาร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์*, 27(88), 29-40. สืบค้นจาก <https://ph01.tci-thaijo.org/index.php/kuengi/article/view/79572>
- ธาดาริเบศร์ ภูทอง. (2561). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับเว็บไซต์สื่อสังคมออนไลน์เพื่อการแบ่งปันข้อมูล ประสบการณ์การท่องเที่ยว (Factors affecting the adoption of social network sites for sharing tourism experiences). *Veridian E-Journal, Silpakorn University (Humanities, Social Sciences and arts)*, 11(2), 2077-2099.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2555). *การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS และ AMOS* (พิมพ์ครั้งที่ 13). กรุงเทพฯ: บิตซิเนสตาร์แอนดี้.
- ธีรพร สิริวันต์. (2559). *การศึกษาพฤติกรรมการใช้ไลน์ แอปพลิเคชัน (Line application) เพื่อเป็นช่องทางการสื่อสารการปฏิบัติงานในองค์กร* (Unpublished Independent study). มหาวิทยาลัยมหิดล, นครปฐม.
- นงลักษณ์ วิรัชชัย. (2542). *โมเดลลิสเรล : สถิติวิเคราะห์สำหรับการวิจัย* (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- รัฐฉนิ สุทธิผลไพบุลย์ และสมชาย เล็กเจริญ. (2563). ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้งานเว็บไซต์ RTAF.LIVE ในการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของข้าราชการกองทัพอากาศไทย. *วารสารรังสิตสารสนเทศ*, 27(2), 6-25. สืบค้นจาก <https://rilj.rsu.ac.th/journal/56/article/265>
- วราภรณ์ เตชะกสิกรพาณิชย์. (2565). *ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อ Pharmacy Omni-channel ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล* (Unpublished Independent study). มหาวิทยาลัยมหิดล, นครปฐม.
- วิริยาภรณ์ เตชะกฤตธีรพงศ์ และศรีสมรค์ อินทุจันทร์ยง. (2559). ปัจจัยการยอมรับการใช้งานเทคโนโลยีการทำงานร่วมกันของบุคลากรในองค์กร. *วารสารบริหารธุรกิจ*, 39(152), 30-44.
- วีระพงษ์ ภู่อ่าง. (2560). *ความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดของร้านอาหาร และเครื่องดื่มชุมชนตรอกวังหลัง กรุงเทพมหานคร* (Unpublished Master's thesis). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, กรุงเทพมหานคร.
- ศิริลักษณ์ โจนกิจอำนวย. (2562). การยอมรับการใช้โมบายแบงก์กิ้งของธนาคารพาณิชย์ไทยอย่างต่อเนื่อง. *วารสารวิชาการบริหารธุรกิจ*, 8(2), 10-21. สืบค้นจาก <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/KAB/article/view/244954>
- สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์. (21 สิงหาคม 2565). *รายงานผลการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี2565*. สืบค้น 11 มกราคม 2566, จาก <https://www.eta.or.th/getattachment/78750426-4a58-4c36-85d3-d1c11c3db1f3/IUB-65-Final.pdf.aspx>

บรรณานุกรม (ต่อ)

- สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์. (2564). รายงานผลการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้ อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี 2564. สืบค้น 10 มกราคม 2565, จาก <https://www.etda.or.th/th/pr-news/ETDA-released-IUB-2021.aspx>
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2564). *สำรวจการมี การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในครัวเรือนพ.ศ. 2564 (ไตรมาส 2)*. สืบค้นเมื่อ 11 มกราคม 2566, จาก http://www.nso.go.th/sites/2014en/Survey/ICT/Survey%20In%20Household/2021/fullreport_64_q2.pdf
- สุมามาลย์ ปานคำ และ ภรณ์พัชร เนาวรัตน์ชนากร. (2565). ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้โซเชียลมีเดียในการสื่อสารภายในองค์กรของบุคลากรสำนักงานคณะกรรมการกำกับกิจการพลังงาน. *วารสารสหวิทยาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 5(3), 977-992.
- สุมามาลย์ ปานคำ และเบญจพร กาทอง. (2565). ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชัน S.M.A.R.T SOLDIERS ในการรับรู้ข่าวสารของข้าราชการกองทัพบก. *วารสารสหวิทยาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 5(3), 9-11. สืบค้นจาก https://so04.tci-thaijo.org/index.php/jmhs1_s/article/download/257802/176024
- สุวิกา แสงพันธุ์ตา และสุมามาลย์ ปานคำ. (2561). รูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุพฤติกรรมการใช้โซเชียลมีเดียในการสื่อสารภายในองค์กรของบุคลากรกระทรวงแรงงาน. *วารสาร มจร พุทธปัญญาปริทรรศน์*, 4(1), 83-98.
- สุอัมพร ปานทรัพย์ และ ศิษกรณัฏ์ ต้นเจริญ. (2561). การประเมินการใช้งานแอปพลิเคชัน 7-Eleven THบนพื้นฐานของทฤษฎีการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี. *วารสารวิทยาการและเทคโนโลยีสารสนเทศ*, 10(1), 85-97. สืบค้นจาก <https://ph02.tci-thaijo.org/index.php/JIST/article/download/240863/163977/831292>
- อริชัย ชื่นอารมณั และธัญนันท์ บุญอยู่. (2563). โมเดลสมการโครงสร้างปัจจัยด้านการรับรู้ที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้ระบบบริหารจัดการคิวอาร์โค้ดของเจ้าหน้าที่โรงพยาบาลเอกชนแห่งหนึ่งในเขตธนบุรี. *วารสารรังสิตสารสนเทศ*, 26(1), 6-21. สืบค้นจาก [https://www.sau.ac.th/graduate/PDF_Research/ResearchAJ/Research-%20\(36\).pdf](https://www.sau.ac.th/graduate/PDF_Research/ResearchAJ/Research-%20(36).pdf)
- อภิศนันท์ สระน้อย และสุมามาลย์ ปานคำ. (2564). ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้งานโซเชียลมีเดียในการสื่อสารภายในองค์กรของบุคลากรภายใน บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน). *วารสารสหวิทยาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 5(3), 17-11.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- อภิัญญา อิงอาจ. (2565). *หลักการ ทฤษฎี และแนวปฏิบัติ: การพัฒนาแบบจำลองสมการโครงสร้าง*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- Delone, W. H., & McLean, E. R. (2003). The DeLone and McLean model of information systems success: A ten-year update. *Information System, 19*(4), 9–30.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J. & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis* (7th ed.). Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2014). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. California, CA: Sage Publications.
- Hoelter, J. W. (1983). The Effects of Role Evaluation and Commitment on Identity Salience. *Social Psychology Quarterly, 46*(2), 140–147. <https://doi.org/10.2307/3033850>
- Hu, L. T., & Bentler, P. M. (1999). Cutoff Criteria for Fit Indexes in Covariance Structure Analysis: Conventional Criteria Versus New Alternatives. *Structural Equation Modeling, 6*(1), 1–55. <https://doi.org/10.1080/10705519909540118>
- Joreskog, K. G., & Sorbom, D. (1984). *Advances in Factor Analysis and Structural Equation Models*. Lanham: Rowman & Littlefield Publishers.
- Kline, R. B. (2011). *Principles and Practices of Structural Equation Modeling* (3rd ed.). New York: The Guilford Press.
- Kotler, P., and Keller, K. L. (2006). *Marketing Management*. Upper Saddle River, N.J.: Pearson Prentice Hall.
- Muneer, M. A. M. (2021). Using the UTAUT model to understand students' usage of e-learning systems in developing countries. *Education and Information Technologies, 26*(2021), 7205-7224. Retrieved from <https://link.springer.com/article/10.1007/s10639-021-10573-5>
- Nielsen Informatе Mobile Insight. (2016). *พฤติกรรมใช้ Smartphone คนไทยล่าสุด เมื่อกี้ทั้งวัน – คลั่งซื้อปิ้ง – สุขเน็ต Wifi*. Retrieved from <https://www.brandbuffet.in.th/2016/08/nielsen-mobile-thailand-behaviors/>
- Schreiber, J. B., Stage, F. K., King, J., Nora, A., & Barlow, E. A. (2006). Reporting Structural Equation Modeling and Confirmatory Factor Analysis Results: A Review. *The Journal of Educational Research, 99*(6), 323–337. <https://doi.org/10.3200/JOER.99.6.323-338>

บรรณานุกรม (ต่อ)

- Schumacker, R. E., & Lomax, R. G. (2004). *A Beginner's Guide to Structural Equation Modeling* (2nd ed.). New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates Publishers.
- Schumacker, R. E., & Lomax, R. G. (2010). *A Beginner's Guide to Structural Equation Modeling* (3rd ed.). Oxfordshire: Routledge.
- Thompson, B. (2004). *Exploratory and Confirmatory Factor Analysis: Understanding Concepts and Applications*. Washington, D. C.: American Psychological Association.
- Ullman, M. T. (2001). The Declarative/Procedural Model of Lexicon and Grammar. *Journal of Psycholinguistic Research*, 30(1), 37–69. <https://doi.org/10.1023/A:1005204207369>
- We are social. (2 0 2 2). *Digital 2 0 2 2 : Another Year of Bumper Growth*. Retrieved from <https://wearesocial.com/uk/blog/2022/01/digital-2022-another-year-of-bumper-growth-2/>







เกริ่นนำในกลุ่มไลน์ปฏิบัติงานหน่วยขึ้นตรงข้าราชการกองทัพอากาศ

ขอเรียนเชิญข้าราชการให้เข้าร่วมตอบแบบสอบถามวิจัย ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้โซเชียลมีเดียในการสื่อสารภายในองค์กรของข้าราชการกองทัพอากาศ คำตอบของท่านเป็นประโยชน์อย่างมากสำหรับเป็นแนวทางในการวางแผนกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารของกองทัพอากาศ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้งานมากที่สุด ขอขอบพระคุณที่กรุณาสละเวลาในการตอบแบบสอบถาม
ลิงค์แบบสอบถาม <https://forms.gle/Cz5kiiA79veR4c5u8>



CAUSAL FACTORS INFLUENCING SOCIAL MEDIA USAGE BEHAVIORS IN INTERNAL COMMUNICATIONS OF THE ROYAL THAI AIR FORCE OFFICER

ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้โซเชียลมีเดียในการสื่อสารภายในองค์กรของ ข้าราชการกองทัพอากาศ

เรียน ผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่าน

ด้วยดิฉันข้าราชการหญิง อมลลดา วีระหงษ์ นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชาเทคโนโลยีสื่อสารสังคม วิทยาลัยนวัตกรรมดิจิทัลเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยรังสิต มีความประสงค์ทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้โซเชียลมีเดียในการสื่อสารภายในองค์กรของข้าราชการกองทัพอากาศ

ซึ่งประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับคือ

1. ทำให้ได้โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุพฤติกรรมการใช้โซเชียลมีเดียในการสื่อสารภายในองค์กรของข้าราชการกองทัพอากาศ
2. ทำให้ทราบปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้โซเชียลมีเดียในการสื่อสารภายในองค์กรของข้าราชการกองทัพอากาศ
3. สามารถใช้เป็นแนวทางในการวางแผนกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารของกองทัพอากาศ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้งานมากที่สุด

>> ท่านได้รับเชิญให้เข้าร่วมการวิจัยนี้เพราะท่านมีคุณสมบัติ ดังนี้

ท่านเป็นข้าราชการกองทัพอากาศ ในการนี้ผู้วิจัยมีความจำเป็นต้องเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามเรื่อง " ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้โซเชียลมีเดียในการสื่อสารภายในองค์กรของข้าราชการกองทัพอากาศ " ซึ่งประกอบด้วยคำถาม

2 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้โซเชียลมีเดียในการสื่อสารภายในองค์กรของข้าราชการกองทัพอากาศ

ซึ่งจะใช้เวลาในการทำแบบสำรวจ 5-10 นาที ผู้วิจัยจะขอรับแบบสอบถามคืนโดยกด submit ที่แบบสอบถามออนไลน์

เนื่องจากแบบสอบถามประกอบด้วยคำถามหลายส่วน จึงขอความกรุณาให้ท่านพิจารณาตอบตามความรู้สึกของท่านให้มากที่สุด โดยข้อมูลและคำตอบทั้งหมดจะถูกปกปิดเป็นความลับ และจะนำมาใช้ในการวิเคราะห์ผลการศึกษาคั้งนี้โดยออกมาเป็นภาพรวมของการวิจัยเท่านั้น จึงไม่มีผลกระทบต่อผู้ตอบ หรือหน่วยงานของผู้ตอบ เนื่องจากไม่สามารถนำมาสืบค่าเจาะจงหาผู้ตอบได้ ท่านมีสิทธิ์ที่จะไม่ตอบ คำถามข้อใดข้อหนึ่ง หากท่านไม่สบายใจหรืออึดอัดที่จะตอบคำถามนั้น หรือไม่ตอบแบบสอบถามทั้งหมดเลยก็ได้ โดยไม่มีผลกระทบต่อการใช้งานใดๆของท่าน ท่านมีสิทธิ์ที่จะไม่เข้าร่วมการวิจัยก็ได้ โดยไม่ต้องแจ้งเหตุผล หากผู้เข้าร่วมวิจัยมีข้อสงสัยเกี่ยวกับการวิจัยหรือแบบสอบถาม สามารถติดต่อสอบถามได้ที่ วิทยาลัยนวัตกรรมการศึกษาเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยรังสิต เลขที่ 52/347 หมู่บ้านเมืองเอก ถ.พหลโยธิน ต.หลักหก อ.เมือง จ.ปทุมธานี รหัสไปรษณีย์ 12000 ในวันและเวลาทำการ หรือโทรศัพท์ที่ติดต่อได้ ผศ.ดร.ศุภามาลย์ ปานคำ หมายเลขโทรศัพท์ 086-352-1155 หรือ จ.ต.หญิง อมลนดา วีระหงษ์ หมายเลขโทรศัพท์ 065-634-4942

โครงการวิจัยนี้ได้รับการพิจารณารับรองจาก คณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคนของมหาวิทยาลัยรังสิต สำนักงานอยู่ที่ อาคารอาทิตย์ อุไรรัตน์ (อาคาร 1) ชั้น 5 ห้อง 504 มหาวิทยาลัยรังสิต 52/347 หมู่บ้าน เมืองเอก ถ.พหลโยธิน ต.หลักหก อ.เมือง จ.ปทุมธานี 12000 หมายเลขโทรศัพท์ 0-2791-5688 โทรสาร 0-2791-5689 หากท่านได้รับการปฏิบัติไม่ตรงตามที่ระบุไว้ ท่านสามารถติดต่อประธานกรรมการหรือเลขานุการฯ ได้ตามสถานที่และหมายเลขโทรศัพท์ข้างต้น

ขอขอบพระคุณที่กรุณาสละเวลาในการตอบแบบสอบถาม

 s.phutong@gmail.com (ยังไม่แชร์) สลับบัญชี



ถัดไป

ล้างแบบฟอร์ม



CAUSAL FACTORS INFLUENCING SOCIAL MEDIA USAGE BEHAVIORS IN INTERNAL COMMUNICATIONS OF THE ROYAL THAI AIR FORCE OFFICER

ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้โซเชียลมีเดียในการสื่อสารภายในองค์กรของ ข้าราชการกองทัพอากาศ ✈️

s.phutong@gmail.com (ส่งอีเมล) 🔒

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ✈️

ท่านเคยใช้โปรแกรมไลน์ในการติดต่อสื่อสารภายใน ทอ.หรือไม่

เคย

ไม่เคย (ขบแบบสอบถาม)

เพศ

หญิง

ชาย

อายุ (ปี)

ค่าตอบของคุณ _____

ระดับการศึกษา

ต่ำกว่าปริญญาตรี

ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า

สูงกว่าปริญญาตรี

5. ท่านใช้แอปพลิเคชันไลน์ ในการประสานงานระหว่างเพื่อนร่วมงานภายในหน่วยงาน

1 2 3 4 5 6 7

น้อยที่สุด มากที่สุด

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

คำตอบของคุณ

ขอบพระคุณทุกท่านเป็นอย่างสูง ที่สละเวลาในการตอบแบบสอบถามครั้งนี้ผู้วิจัยจะเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามชุดนี้เป็นความลับ และ จะใช้ทางการศึกษาของผู้วิจัยเท่านั้น ☺

กลับ ล้างแบบฟอร์ม

ห้ามส่งข้อความใน Google ฟอร์ม

เนื้อหาที่มีสัญลักษณ์หรือในชื่อโดย Google รวมถึงการอนุมัติ - บริการพัฒนาการไปรษณีย์ - ความเป็นส่วนตัวเป็นส่วนตัว

Google ฟอร์ม

มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University



ภาคผนวก ข

ค่าดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย

มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University

แบบประเมินความสอดคล้อง (IOC) ของผู้เชี่ยวชาญ

รายการ	ผู้เชี่ยวชาญ ชาย คนที่ 1	ผู้เชี่ยวชาญ ชาย คนที่ 2	ผู้เชี่ยวชาญ ชาย คนที่ 3	ผู้เชี่ยวชาญ ชาย คนที่ 4	ผู้เชี่ยวชาญ ชาย คนที่ 5	รวม	IO C	หมายเหตุ
ข้อความคัดกรอง								
1. ท่านเคยใช้โปรแกรมไลน์ ในการติดต่อสื่อสารภายใน องค์กรหรือไม่	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00	ผ่าน เกณฑ์
ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม								
1. เพศ	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00	ผ่าน เกณฑ์
2. อายุ	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00	ผ่าน เกณฑ์
3. ระดับการศึกษา	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00	ผ่าน เกณฑ์
4. ชั้นยศ	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00	ผ่าน เกณฑ์
5. ชื่อหน่วยงาน	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00	ผ่าน เกณฑ์
ด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพ (Performance Expectancy)								
1. ท่านคิดว่าแอปพลิเคชัน มีประโยชน์ในการ ติดต่อสื่อสารภายในองค์กร	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00	ผ่าน เกณฑ์
2. ท่านคิดว่าแอปพลิเคชัน ช่วยให้ท่านได้รับ ข้อมูลข่าวสารอย่างรวดเร็ว	+1	+1	+1	+1	+1	5	0.67	ผ่าน เกณฑ์
3. ท่านคิดว่าแอปพลิเคชัน ทำให้การ ติดต่อสื่อสารภายในองค์กร มีความสะดวกมากขึ้น	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00	ผ่าน เกณฑ์

รายการ	ผู้เชี่ยวชาญ ชาย คนที่ 1	ผู้เชี่ยวชาญ ชาย คนที่ 2	ผู้เชี่ยวชาญ ชาย คนที่ 3	ผู้เชี่ยวชาญ ชาย คนที่ 4	ผู้เชี่ยวชาญ ชาย คนที่ 5	รวม	IO C	หมายเหตุ
4. ท่านคิดว่าแอปพลิเคชันไลน์ ทำให้ได้รับข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้อง ช่วยให้ท่านทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00	ผ่านเกณฑ์
5. ท่านคิดว่าแอปพลิเคชันไลน์ ทำให้การติดต่อสื่อสารภายในองค์กรได้อย่างรวดเร็ว	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00	ผ่านเกณฑ์
ด้านความคาดหวังในการใช้งาน (Effort Expectancy)								
1. ท่านคิดว่าแอปพลิเคชันไลน์ มีระบบการใช้งานง่าย	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00	ผ่านเกณฑ์
2. ท่านคิดว่าแอปพลิเคชันไลน์มีรูปแบบหน้าจอที่ไม่ซับซ้อน	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00	ผ่านเกณฑ์
3. ท่านคิดว่าแอปพลิเคชันไลน์สามารถเรียนรู้วิธีการใช้งานได้ง่าย	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00	ผ่านเกณฑ์
4. ท่านสามารถเพิ่มทักษะการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ได้ด้วยตนเอง	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00	ผ่านเกณฑ์
5. ท่านคิดว่าแอปพลิเคชันไลน์ สามารถเข้าถึงข้อมูลได้ทุกที่ ทุกเวลา	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00	ผ่านเกณฑ์

รายการ	ผู้เชี่ยวชาญ ชาย คนที่ 1	ผู้เชี่ยวชาญ ชาย คนที่ 2	ผู้เชี่ยวชาญ ชาย คนที่ 3	ผู้เชี่ยวชาญ ชาย คนที่ 4	ผู้เชี่ยวชาญ ชาย คนที่ 5	รวม	IOC	หมายเหตุ
ด้านอิทธิพลทางสังคม (Social Influence)								
1. ผู้บังคับบัญชา ทำให้ท่านใช้แอปพลิเคชันไลน์ในการติดต่อสื่อสารภายในองค์กร	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00	ผ่านเกณฑ์
2. การติดต่อสื่อสารระหว่างหน่วยงานภายในองค์กร ทำให้ท่านใช้แอปพลิเคชันไลน์	+1	+1	+1	+1	+1	5	0.67	ผ่านเกณฑ์
3. วัฒนธรรมองค์กรทำให้ท่านใช้แอปพลิเคชันไลน์ในการติดต่อสื่อสารภายในองค์กร	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00	ผ่านเกณฑ์
4. กองทัพอากาศมีส่วนทำให้ท่านใช้ แอปพลิเคชันไลน์ ในการติดต่อสื่อสารภายในองค์กร	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00	ผ่านเกณฑ์
5. รูปแบบการสื่อสารที่เปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัยทำให้ท่านใช้แอปพลิเคชันไลน์ ในการสื่อสารภายในองค์กร	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00	ผ่านเกณฑ์
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน (Facilitating Conditions)								
1. การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีทำให้ท่านใช้แอปพลิเคชันไลน์ในการสื่อสารภายในองค์กร	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00	ผ่านเกณฑ์

รายการ	ผู้เชี่ยวชาญ ชาย คนที่ 1	ผู้เชี่ยวชาญ ชาย คนที่ 2	ผู้เชี่ยวชาญ ชาย คนที่ 3	ผู้เชี่ยวชาญ ชาย คนที่ 4	ผู้เชี่ยวชาญ ชาย คนที่ 5	รวม	IOC	หมายเหตุ
2. ท่านคิดว่า เครือข่ายอินเทอร์เน็ตที่มีประสิทธิภาพทำให้ท่านใช้แอปพลิเคชันไลน์ในการติดต่อสื่อสารภายในองค์กร	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00	ผ่านเกณฑ์
3. ท่านคิดว่า การใช้แอปพลิเคชันไลน์ช่วยให้ท่านลดเวลาในการสื่อสารภายในองค์กร	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00	ผ่านเกณฑ์
4. ท่านสามารถใช้แอปพลิเคชันไลน์ในการติดต่อสื่อสารภายในองค์กรได้ตลอดเวลา	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00	ผ่านเกณฑ์
5. ท่านคิดว่าลักษณะงานของท่านไม่เป็นอุปสรรคต่อการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ในการติดต่อสื่อสารภายในองค์กร	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00	ผ่านเกณฑ์
ด้านพฤติกรรมความตั้งใจใช้งาน (Behavioral Intention)								
1. ท่านตั้งใจจะใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ในการติดต่อสื่อสารภายในองค์กรเสมอ	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00	ผ่านเกณฑ์
2. ท่านตั้งใจจะใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ในการติดต่อสื่อสารภายในองค์กรอย่างต่อเนื่อง	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00	ผ่านเกณฑ์
3. ท่านตั้งใจจะแนะนำเพื่อนร่วมงานให้ใช้แอปพลิเคชันไลน์ในการติดต่อสื่อสารภายในองค์กร	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00	ผ่านเกณฑ์

รายการ	ผู้เชี่ยวชาญ ชาย คนที่ 1	ผู้เชี่ยวชาญ ชาย คนที่ 2	ผู้เชี่ยวชาญ ชาย คนที่ 3	ผู้เชี่ยวชาญ ชาย คนที่ 4	ผู้เชี่ยวชาญ ชาย คนที่ 5	รวม	IOC	หมายเหตุ
4. ท่านตั้งใจจะแนะนำ ผู้ได้บังคับบัญชาให้ใช้ แอปพลิเคชันไลน์ในการ ติดต่อสื่อสารภายในองค์กร	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00	ผ่าน เกณฑ์
5. ท่านตั้งใจจะใช้งาน แอปพลิเคชันไลน์ในการ ติดต่อสื่อสารภายใน องค์กร เพิ่มมากขึ้น	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00	ผ่าน เกณฑ์
ด้านพฤติกรรมการใช้งาน (Use Behavior)								
1.ท่านใช้งานแอปพลิเคชัน ไลน์ ในการติดต่อ สื่อสารภายในองค์กร อยู่ บ่อยครั้ง	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00	ผ่าน เกณฑ์
2.ท่านใช้งาน แอปพลิเคชัน ไลน์ ในการติดต่อ สื่อสารภายในองค์กร อย่างสม่ำเสมอ	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00	ผ่าน เกณฑ์
3.ท่านใช้งาน แอปพลิเคชัน ไลน์ ในการติดต่อ สื่อสารภายในองค์กร เป็น ประจำ	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00	ผ่าน เกณฑ์
4.ท่านใช้แอปพลิเคชัน ไลน์ ในการรายงานผล การปฏิบัติงานแก่ ผู้บังคับบัญชา	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00	ผ่าน เกณฑ์
5. ท่านใช้แอปพลิเคชัน ไลน์ ในการ ประสานงานระหว่าง เพื่อนร่วมงานภายใน หน่วยงาน	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00	ผ่าน เกณฑ์



ภาคผนวก ค

เอกสารยืนยันการยกเว้นการรับรองโดยคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคน

มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University

DPE. No. RSUERB2022-101



เอกสารยืนยันการขอเว้นการรับรอง
(Documentary Proof of Exemption)

โดย คณะกรรมการวิจัยธรรมการวิจัยในคน มหาวิทยาลัยรังสิต

เอกสารรับรองเลขที่ : DPE. No. RSUERB2022-101
 ชื่อโครงการวิจัย : ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้โซเชียลมีเดียในการสื่อสารภายในองค์กรของข้าราชการกองทัพอากาศ
 CAUSAL FACTORS INFLUENCING SOCIAL MEDIA USAGE BEHAVIORS IN INTERNAL COMMUNICATIONS OF THE ROYAL THAI AIR FORCE OFFICER
 หัวหน้าโครงการวิจัย : ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อนุมาศย์ ปานคำ
 ชื่อนักวิจัยร่วม : จักรกานต์กรีนอยู่ อมฤตดา วีระพงษ์
 หน่วยงานต้นสังกัด : วิทยาลัยนวัตกรรมการดิจิทัลเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยรังสิต
 วิจัยบน : พิจารณาจริยธรรมการวิจัยในคนแบบขอเว้น (Exemption Review)

โครงการวิจัยนี้เป็นโครงการวิจัยที่เข้าข่ายขอเว้นการรับรอง (Research with Exemption)

วันที่ออกเอกสาร : 23 พฤศจิกายน 2565
 วันที่หมดอายุ : 25 พฤศจิกายน 2567

ขอรับรองว่าโครงการศึกษาวิจัยข้างต้นได้ผ่านการพิจารณาเห็นชอบตามมาตรฐานการดำเนินการของคณะกรรมการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในคน สำนักงานจริยธรรมการวิจัย มหาวิทยาลัยรังสิต

๘๔๖๗๘

(รองศาสตราจารย์ ดร. ปานอศย์ อนุชิตนุกุล)

ประธานคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคน มหาวิทยาลัยรังสิต

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ	จำอากาศรีหญิง อมลฉดา ภูทอง
วัน เดือน ปีเกิด	6 มกราคม 2535
สถานที่เกิด	กรุงเทพมหานคร ประเทศไทย
ประวัติการศึกษา	มหาวิทยาลัยมหิดล ปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การเกษตร, 2552 มหาวิทยาลัยรังสิต ปริญญาสารสนเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีสื่อสารคม, 2567
ที่อยู่ปัจจุบัน	35 ซ.ชยางกูร 42 ตำบลในเมือง อำเภอเมืองอุบลราชธานี จังหวัดอุบลราชธานี 34000
ตำแหน่งปัจจุบัน	รับจ้างอิสระ

